



FINTECH:

TEKNOLOGI FINANSIAL PERBANKAN DIGITAL

Dr. Budi Raharjo, S.Kom, M.Kom, MM.



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

Fintech

Teknologi Finansial Perbankan Digital

Dr. Budi Raharjo, S.Kom., M.Kom., MM

BIODATA PENULIS



Dr. Budi Raharjo, S.Kom, M.Kom, MM lahir di Semarang, tanggal 22 Februari 1985. Beliau adalah Alumni dari Universitas Bina Nusantara (BINUS University) Jakarta dan juga alumni Universitas Kristen Satya wacana (UKSW) Salatiga. Dr. Budi Raharjo telah menjadi Dosen pada Universitas STEKOM pada mata kuliah Kepemimpinan (Leadership), mata kuliah Pengantar Akuntansi, Manajemen Proses, Manajemen Akuntansi dan Manajemen Resiko Bisnis. Selain sebagai dosen Universitas STEKOM, Dr. Budi Raharjo, M.Kom, MM juga mempunyai bisnis sendiri dalam bidang perhotelan dan juga sebagai wirausaha dalam bidang pemasok unggas (ayam) beku, ke berbagai kota besar, khususnya Jakarta dan sekitarnya.

Pengalaman beliau berwirausaha menjadi bekal utama dalam penulisan buku ajar yang diterbitkan oleh Yayasan Prima Agus Teknik (YPAT) Semarang. Oleh sebab itu bukunya berisi langkah langkah praktis yang mudah diikuti oleh para mahasiswa, saat mahasiswa mengikuti proses perkuliahan pada Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM). Jabatan struktural yang di embannya saat ini adalah Wakil Rektor 1 (Akademik) Universitas STEKOM Semarang.

Dr. Budi Rahardjo, S. Kom.,M. Kom., MM.

ISBN 978-623-6141-61-8 (PDF)



Fintech :

Teknologi Finansial Perbankan Digital

Oleh

Dr. Budi Rahardjo, S. Kom.,M. Kom., MM



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

Yayasan Prima Agus Teknik
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456 Fax. 024-670144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Fintech : Teknologi Finansial Perbankan Digital

Penulis :

Dr. Budi Raharjo, S.Kom., M.Kom., MM

ISBN : 9 786236 141618

Editor :

Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom., M.Kom.

Penyunting :

Dr. Mars Caroline Wibowo, S.T., M.Mm.Tech

Desain Sampul :

Irdha Yunianto, S.Ds

Penerbit :

Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan
Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM)

Redaksi

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal :

Universita STEKOM

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : info@stekom.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, bahwa buku yang berjudul “FINTECH: Teknologi Finansial Perbankan Digital” dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini membahas tentang revolusi dalam dunia perbankan, ada paradigma baru yang membuat perbankan tidak dapat lagi melayani nasabahnya dengan pola tradisional, yang mengharuskan nasabah datang ke Bank untuk melakukan berbagai keperluan yang terkait dengan transaksi keuangan.

Saat ini di tengah pandemi covid-19, terjadi lonjakan yang sangat signifikan dalam transaksi perbankan yang dilakukan secara digital. Nasabah enggan datang ke kantor Bank untuk urusan transaksi keuangan, akibatnya banyak kantor-kantor cabang bank menjadi sepi, dan akhirnya ditutup. Sementara fenomena pembayaran non tunai yang dilakukan oleh beberapa perusahaan yang berfungsi seperti perbankan semakin marak di Indonesia. Contohnya adalah perusahaan OVO, GoPay, DANA, LinkAja dan ada juga perusahaan yang dari luar negeri seperti Alipay, Ant Financial, Tencent, UnionPay dan sebagainya. Belum lagi tempat penjualan online seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Bukalapak, Blibli.com juga melakukan transaksi digital seperti layaknya perbankan. Kebutuhan hadirnya bank secara fisik sebagai intermediator antara penjual dan pembeli juga sudah diambil alih oleh perusahaan keuangan digital dan perusahaan penyedia pasar online. Akibatnya pembayaran uang secara fisik sudah mulai jarang ditemui, dan bergeser menjadi uang digital. Otomatis kesibukan perbankan tradisional menjadi sangat berkurang, tidak perlu lagi menghitung uang, memeriksa keaslian uang, semua transaksi serba digital.

Buku ini memberikan wawasan kepada para pembaca dan mahasiswa terkait dengan teknologi finansial yang berkembang dalam perbankan digital. Pada buku ini akan dibahas cara kerja perbankan atau perusahaan finansial digital yang meliputi infrastruktur fintech terkait dengan pembayaran peer-to-peer, aplikasi seluler, transfer cryptocurrency, model peminjaman digital, crowdfunding, yang memungkinkan individu dan perusahaan untuk menginvestasikan uang mereka dalam usaha kecil dengan imbalan saham, roboadvisor, yang dapat menawarkan saran investasi berbiaya rendah, kecerdasan buatan, dan analitik tingkat lanjut, Blockchain, dalam asuransi, real estate, dan pinjaman.

Pada buku ini juga dibahas beberapa kisah perusahaan yang sukses dalam menerapkan Fintech, dan juga terkait dengan masa depan Fintech di Indonesia maupun pasar global Internasional. Harapan penulis adalah agar buku ini dapat memberi manfaat dalam membuka wawasan kita terhadap perkembangan perbankan digital dan peluang bisnis apa yang dapat kita peroleh dari perubahan perilaku masyarakat yang menjadi nasabah perbankan tradisional.

Semarang, 28 Mei 2021

Dr. Budi Raharjo, S.Kom, M.Kom, MM.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Perbankan dan Fenomena E-Book	2
1.2 Pentingnya Fintech Di Bidang Ekonomi	6
1.3 Tren Teknologi Keuangan Saat Ini	10
Bab 2 Tema Utama Dalam Fintech	13
2.1 Bank Perlu Kolaborasi atau Bersaing?	14
2.2 Kunci Kepatuhan Global	16
2.3 Pemberian Pinjaman di Abad 21	24
2.4 Inovasi FinTech dan Kartu Identitas Digital	27
2.5 Tech Giants Bank yang 'Bukan' Bank	31
2.6 Pengalaman Pengguna Fintech Menjadi Pilihan	34
Bab 3 Jaringan FinTech	40
3.1 Memelihara Komunitas FinTech Baru	41
3.2 Koneksi FinTech (La French)	45
3.3 Perjalanan Menuju Ekosistem FinTech Terpadu - Belanda	48
3.4 Luksemburg, 'Calon' Hub FinTech Masa Depan	52
3.5 Wina sebagai FinTech Hub No. 1 dalam Pembayaran Seluler	54
3.6 Ekosistem FinTech India	58
3.7 Singapura, FinTech Hub di Asia Tenggara	61
3.8 Ekosisten Fintech Indonesia	63
Bab 4 Pasar dan Dampak Sosial Fintech di Negara Berkembang	66
4.1 FinTech: Mesin Mini Yang Serba Bisa	67
4.2 Diskriminasi Warga Miskin dalam Perbankan	70
4.3 Kebangkitan Negara-Negara Sisa Pasca-PD II dalam Fintech	74
4.4 Model Perbankan Via Ponsel Cerdas, Fintech dan Pendidikan	77
4.5 Dampak Sosial FinTech di Nigeria	81
4.6 India dan Piramida Peluang	84
Bab 5 Solusi-Solusi Dalam FinTech	88
5.1 Masa Depan Rantai Pasokan B2B Dalam Menghargai Kesepakatan	89
5.2 Pembayaran dan Inovasi Point of Sales (POS)	94
5.3 Algoritma Prediktif - Membangun Solusi Perbankan Online yang Inovatif	98
5.4 Big Data - Landasan Sistem Kepatuhan Peraturan	104
5.5 Solusi FinTech dalam Optimasi Kontrak yang Kompleks	111
5.6 Biometrik Perilaku - Era Baru Keamanan	114

5.7	Strategi Perdagangan dalam Analisis Teks Yang Super Cepat	117
5.8	Ekosistem Crowdfunding	123
5.9	Pengiriman dan Pembayaran Valas dengan Biaya Rendah.....	127
5.10	Solusi FinTech untuk Bisnis Kecil	131
5.11	Solusi Pembayaran - Apple Pay	134
5.12	Solusi FinTech yang Menguntungkan Sektor Lain	138
5.13	Teknologi Inovasi FinTech yang Bisa Dipakai.....	141
Bab 6	Modal dan Penanaman Modal	145
6.1	Inovasi di Bidang Perbankan	146
6.2	Mendanai Perusahaan Lewat "Smart Money"	149
6.3	Pasar Modal Online Sebagai Aset Baru Dalam Mengakses Pendanaan	154
6.4	Perbankan Digital Untuk Perdagangan Sosial Hingga Pribadi	158
6.5	Memimpin Investor Dengan Pendekatan Crowdfunding	161
6.6	Pelajaran Dari My Robo Advisor Adalah Ipod	164
6.7	Crowdsourced Alpha	170
6.8	Melakukan Crowdsourcing Hedge Fund	177
6.9	Menyediakan Capital dan Beyond.....	180
Bab 7	Inovasi Perusahaan	186
7.1	Inovasi di Bidang Perbankan	187
7.2	Lab Inovasi adalah Jawabannya	190
7.3	Kolaborasi Fintech Dan Bank	198
7.4	Kunci Kemitraan Untuk Mengatasi Inklusi Keuangan Digital	202
7.5	Pialang Baru Dalam Ekosistem Inovasi Fintech	206
7.6	Peluang Asuransi	211
Bab 8	Kisah Sukses Dalam FinTech	215
8.1	Inovasi di Bidang Perbankan.....	216
8.2	Sukses Semalam AvokA Butuh 13 Tahun Pembuatan.....	218
8.3	Perbankan Bankable Sebagai Layanan.....	222
8.4	Kisah Sukses Inovasi Citi	225
8.5	Kisah Sukses Membangun Fintech Untuk Membeli Bank	228
Bab 9	Mata Uang Kripto dan Blockchain	231
9.1	Konvergensi Fintech Dan Mata Uang Digital	232
9.2	Blockchain dan Mata Uang Kripto	239
Bab 10	Masa Depan FinTech	243
10.1	Teknologi Yang Mengubah Layanan Keuangan.....	244
10.2	Masa Depan Jasa Keuangan	247
10.3	Inovasi Perbankan Melalui Data	250
10.4	Prediksi Bank FinTech Akan Menguasai Dunia	253
10.5	Supermarket FinTech	257
10.6	Pengalaman Pelanggan Bank Yang Bermitra Dengan Start Up Fintech	261
10.7	Model Hybrid Pada BankTech.....	265
10.8	Dampak Fintech Pada Perbankan Ritel, Universal Hingga Vertikalisasi	268
10.9	Merangkul Ekonomi Api (Antarmuka Aplikasi Pemograman)	275

10.10 Perbankan Seperti Air Mengalir	280
10.11 Menghilangkan Friksi dalam Keuangan Pelanggan	284
10.12 Masa Depan Adalah Fintech.....	287
10.13 Masa Depan Adalah Tanpa Uang	291
10.14 Etika Dalam FinTech	294
Daftar Pustaka	299

Bab 1

Pendahuluan

Sejak revolusi internet dan internet seluler merevolusi smartphone, hal itu turut menjadikan teknologi keuangan tumbuh secara eksplosif. Fintech yang awalnya mengacu pada teknologi komputer atau back office bank telah berubah menjadi berbagai macam intervensi teknologi mulai dari keuangan komersial hingga pribadi. Fintech adalah singkatan dari *Financial Technology* yang menggabungkan sistem keuangan dengan teknologi hingga menjadi sebuah inovasi yang memudahkan sistem keuangan. Dikutip dari laman bi.go.id, fintech adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat.

Teknologi Keuangan atau FinTech adalah salah satu industri yang paling menjanjikan di tahun 2016. Revolusi FinTech, didorong oleh gelombang start-up dengan model bisnis dan pendapatan baru yang inovatif, produk dan layanan baru, mengubah keuangan menjadi lebih baik secara global. Perusahaan FinTech ini menawarkan kepada pengguna berbagai layanan keuangan yang dulunya merupakan bisnis bank secara eksklusif. Haruskah bank takut dengan booming FinTech? Pada akhir 2015 Forbes menyimpulkan:

Industri perbankan siap untuk berubah dengan munculnya startup fintech, semakin populernya teknologi blockchain, dan dominasi kaum milenial. Industri ini berkembang dan kebutuhan yang semakin meningkat untuk bersiap menghadapi ancaman keamanan siber tetap menjadi perhatian utama, karena bank terus mengevaluasi ancaman baru dan potensi risiko penipuan.

Pendahuluan ini memberikan gambaran umum yang luas tentang sektor Teknologi Keuangan dengan memahami kondisi perbankan yang ada dan menjelaskan apa yang sebenarnya dimaksud dengan "FinTech". Bab-bab ini berfungsi sebagai batu loncatan yang membuka jalan menuju topik yang lebih spesifik yang dibahas secara lebih rinci dalam buku ini.

Kembali ke tahun 2007, tahun dimana Kindle - alat baca elektronik (*e-reader*) keluaran Amazon generasi pertama diluncurkan. Pada saat itu, pembaca elektronik tersedia secara luas di toko elektronik tetapi tidak ada indikasi nyata bahwa revolusi akan menghancurkan industri penerbitan. Manfaat e-book banyak dibahas oleh pembeli buku, tetapi buku cetak masih berkuasa - konsumsi buku digital hanya sebatas buku-buku olahraga.

Perubahan super cepat terjadi hingga hari ini dan baik pembaca maupun penerbit berada di tempat yang sangat berbeda, dan penjualan *e-book* terus meroket. Menurut angka yang diterbitkan oleh Statista, pasar buku digital AS bernilai lebih dari US \$ 0,27 miliar pada tahun 2008, tetapi pada tahun 2015 angka tersebut telah meningkat menjadi \$ 5,69 miliar. Penjualan buku ilmu alam belum runtuh; apa yang kita lihat adalah penerbitan digital memburu rute cepat dari pinggiran kesadaran publik ke arus utama dalam waktu kurang dari 10 tahun. *E-book* sekarang menjadi bagian dari hidup kita. Ini adalah perjalanan yang mencerminkan kesediaan - dan keinginan - konsumen untuk mendapatkan kenyamanan meskipun hal ini dimungkinkan oleh teknologi baru yang kompleks, saluran pengiriman, dan model bisnis. Dan fenomena perubahan arah ini sedang digaugkan di industri jasa keuangan.

Pergeseran Lanskap Keuangan

Bank-bank ritel besar dunia masih mendominasi lanskap layanan keuangan, menyediakan fasilitas deposit, pembayaran, dan kredit yang kita semua gunakan dan terima begitu saja, tetapi mereka bukan lagi satu-satunya pemain di kota ini. Pembelanja online hari ini mungkin membayar dengan kartu debit tetapi sama-sama mereka mungkin memilih PayPal. Bisnis yang dulunya mengandalkan bank untuk kredit sekarang dapat meminjam dari platform peer-to-peer (P2P) atau pemberi pinjaman khusus. Dan bank digital berlomba-lomba dengan rekan-rekan mereka untuk mendapatkan simpanan pelanggan. Ini semua tentang akses dan kenyamanan. Saat keuangan alternatif mendapatkan daya tarik dari pelanggan, FinTech mendekati momen *e-book* - titik di mana massa kritis konsumen dan pelanggan bisnis melihat solusi berbasis teknologi yang ditawarkan oleh pemain baru di pasar sebagai yang layak - dan sering kali lebih disukai - alternative layanan yang ditawarkan oleh bank konvensional. Implikasinya terhadap industri perbankan tradisional sangat besar. Perkembangan di FinTech berpotensi mengikis ekuitas merek para pemain lama dan menggerogoti pangsa pasar. Tetapi bank juga memiliki kesempatan untuk mengembangkan inovasi FinTech dan menawarkan solusi baru kepada pelanggan mereka.

Revolusi yang Belum Selesai

Siapa pun yang mencari bukti kekuatan pasar potensial dan jangkauan penyedia keuangan yang didorong teknologi tidak perlu mencari lebih jauh dari PayPal yang sekarang sangat digemari. Diluncurkan pada tahun 1998, perusahaan tersebut diambil alih oleh eBay pada tahun 2002 dan menjadi sistem pembayaran default di semua situs internasional operator lelang online. Sejak itu PayPal telah memperluas penawarannya dan sekarang berada di samping kartu debit dan kredit sebagai opsi pembayaran di situs e-niaga yang jumlahnya terus meningkat. Apakah kinerja online itu akan diterjemahkan menjadi dominasi dalam transaksi tatap muka masih harus dilihat. Saat ini, perusahaan memiliki lebih dari 100 juta akun aktif dan memproses rata-rata pembayaran sebesar US \$ 315 juta setiap hari.

Pasar pembayaran berkembang pesat dan evolusi ini akan dapat menimbulkan kenyamanan, kecepatan, dan pengumpulan data. Sebagai contoh, kesuksesan awal sistem pembayaran nirsentuh Apple Pay, dari Apple yang memungkinkan pelanggan untuk membeli dan membayar barang dan jasa hanya dengan menempatkan iPhone 6 di dekat terminal tempat penjualan atau kasir. Apple Pay baru saja diluncurkan di Inggris, tetapi saat ini menyumbang US \$ 2 dari setiap \$ 3 yang diproses oleh sistem nirkontak di AS. Salah satu kendala terbesar adalah di mana-mana - konsumen dapat dihadapkan pada berbagai cara untuk membayar. Kita sekarang menyaksikan gelombang global untuk memperkenalkan transfer antar rekening bank waktu nyata 24/7 di semua yurisdiksi utama. Pergeseran ini, ditambah dengan reformasi regulasi, akan menciptakan peluang bagi pemain baru untuk memasuki pasar dan menyediakan layanan agregasi data dan opsi inisiasi pembayaran untuk menghidupkan revolusi *Internet of Things*. Penggunaan kartu prabayar juga sedang meningkat. Sebuah laporan tahun 2012 dari MasterCard memprediksi bahwa pasar untuk apa yang disebut e-money (kartu yang sudah diisi sebelumnya dengan uang tunai) akan bernilai sekitar £ 822 miliar pada tahun 2017. Jika angka-angka ini mengesankan, mereka hanya mewakili puncak gunung es FinTech.

Peminjaman dan penyetoran juga sedang mengalami revolusi, sebagian besar berkat kemunculan platform P2P lending. Di Inggris, pinjaman P2P muncul sesaat sebelum krisis keuangan dengan peluncuran Zopa pada tahun 2005. Platform lain seperti Funding Circle dan foll RateSetter Hingga saat ini, industri telah meminjamkan angka kumulatif sebesar £ 2,6 miliar dan pasar sedang tumbuh. Pinjaman pada kuartal pertama 2015 mencapai £ 459 juta, meningkat sepertiga dari tiga bulan sebelumnya. Angka-angka ini kecil jika dibandingkan dengan jumlah yang diajukan oleh bank-bank besar tetapi ini adalah pasar yang muda dan berkembang pesat. Yang penting, pasar P2P tidak hanya menyediakan sumber uang tunai bagi bisnis dan peminjam swasta, tetapi juga menawarkan tempat bagi investor dan penabung untuk menyimpan uang tunai dan mendapatkan suku bunga yang lebih tinggi daripada di rekening bank konvensional. Di tempat lain, penantang bank - beberapa dari mereka digital hanya - yang juga bergerak di atas pangsa pasar deposito.

Beberapa aspek inovasi FinTech tetap berada di luar arus utama. Mata uang digital, seperti bitcoin, berpotensi menawarkan kesempatan dan sarana untuk menukar nilai, tetapi sebagian besar akan setuju bahwa nilai riil akan muncul dari penerapan teknologi buku besar terdistribusi (*distributed ledger*) yang mendukung. Penggunaan buku besar terdistribusi membawa nilai tambahan dalam pencatatan kepemilikan aset non-keuangan dan, ditambah dengan mata uang digital, dapat menyediakan platform untuk inovasi masa depan untuk mengurangi biaya dan mempercepat transaksi. Peraturan yang efektif dari lingkungan ini diperlukan untuk mengurangi risiko bagi semua peserta.

Tampilan korporat inovasi FinTech - PayPal, Apple, Google, dll. - dan ribuan perusahaan bekerja di pusat teknologi di seluruh dunia tidak beda jauh yaitu dengan cara membuat aktivitas yang sudah dikenal seperti perdagangan saham atau transfer uang tidak hanya lebih nyaman, tetapi juga lebih selaras dengan cara konsumen menggunakan ponsel cerdas, tablet, PC, dan jam tangan pintar. Gelombang inovasi ini tidak hanya datang dari pusat-pusat FinTech yang sudah mapan tetapi juga dari hub-hub (jaringan) yang sedang berkembang. Sebagai contoh, Johannesburg telah menjadi pusat pengembangan bitcoin, sementara di seluruh pengusaha di Afrika sedang mengembangkan perbankan berbasis posel dan sistem pembayaran yang sesuai dengan telekomunikasi lokal dan infrastruktur jasa keuangan.

Tantangan bagi Dunia Perbankan

Jadi bagaimana lembaga keuangan - dan khususnya bank-bank besar - menanggapi gelombang inovasi FinTech ini? Sektor perbankan rentan terhadap gangguan, sebagian karena sejarah baru-baru ini. Hingga permulaan krisis keuangan, bank menikmati tingkat kepercayaan publik yang sangat penting bagi keberanian mereka. Meskipun kepercayaan itu belum sepenuhnya dihilangkan, hal itu pasti telah terkikis. Seperti yang diungkapkan oleh sebuah studi oleh CCP Research Foundation pada bulan Juni 2015, enam belas bank global teratas dunia telah, di antara mereka, mengeluarkan biaya terkait produk senilai US \$ 306 miliar sejak 2010.

Sebaliknya, pengaruh perangkat digital cenderung dilihat secara positif. Penelitian yang dilakukan untuk laporan *the Millennial Disruption Index* menemukan bahwa 73% responden (remaja hingga pertengahan tiga puluhan) akan jauh lebih bersemangat dengan layanan keuangan baru yang diberikan oleh Google atau Apple daripada yang diumumkan oleh bank lama mereka. Dalam hal ini, penyedia layanan keuangan tradisional berada dalam masalah besar. Pelanggan tidak perlu lagi melihat bank sebagai penyedia jasa utama atau tujuan pertama tentang layanan keuangan apa saja yang lebih menarik di pasar. Dan apa yang ada di pasar sangat mengganggu bank-bank konvensional. Jadi, sementara individu dan pengusaha akan selalu membutuhkan perbankan layanan, akankah mereka masih membutuhkan bank?

Secara sederhana, bank ritel menyediakan tiga fungsi krusial, yaitu:

- Mereka mengambil simpanan dan memberi pelanggan tempat yang aman untuk menyimpan uang tunai dan mendapatkan bunga, didukung oleh asuransi simpanan dan peraturan yang signifikan.
- Mereka memfasilitasi pembayaran melalui berbagai sistem, termasuk tunai, kartu, dan transfer.
- Mereka meminjamkan uang.

Bagi seorang agnostik jasa keuangan, layanan yang sama dapat disediakan oleh generasi penantang baru berbasis teknologi. Dalam bidang perbankan ritel, uang dapat disimpan di bank penantang (*challenger bank*), ditempatkan di kartu prabayar, disimpan di akun PayPal, diinvestasikan dalam bitcoin, atau diinvestasikan melalui situs pinjaman P2P. Kredit tersedia dari bank penantang dan pemberi pinjaman alternatif (termasuk P2P), dan pelanggan memiliki semakin banyak pilihan opsi pembayaran, termasuk PayPal, dompet elektronik, dan sistem berbasis telepon. Meskipun banyak dari opsi ini masih menggunakan sistem urutan saluran perbankan, dalam jangka menengah kita mungkin melihat mekanisme pembayaran dan valuta asing yang sepenuhnya melewati sistem perbankan yang ada.

Risiko Utilitas

Jadi, risiko utama bagi bank-bank tradisional adalah bahwa mereka dianggap sebagai utilitas yang tidak lebih dari sekadar memasok infrastruktur, sementara perusahaan FinTech mengambil keuntungan dengan menyediakan layanan inovatif yang ramah konsumen - dan pada akhirnya memiliki hubungan dengan pelanggan. Ketika ini terjadi, ekuitas merek bank pasti akan terpukul.

Berbeda dengan bank-bank besar yang sering dibatasi oleh sistem TI dan model operasi yang lama, para pemain baru telah merancang layanan digital mereka dari bawah ke atas untuk memenuhi kebutuhan kelompok pelanggan tertentu. Penantang FinTech bisa sangat cerdas, cekatan dan sepenuhnya fokus pada hasil pelanggan yang positif. Sementara bank tradisional masih berupaya dalam hal peningkatan

lapisan kepatuhan, perlindungan konsumen, dan struktur birokrasi mereka sendiri. P2P memiliki pendekatan yang transparan untuk meminjam dan meminjamkan, berdasarkan pengungkapan oleh perusahaan yang mencari kredit, dan penilaian oleh komunitas pemberi pinjaman (daripada komite kredit tak berwajah). Pendekatan ini berbicara kepada generasi yang diangkat di media sosial dan pemberi pinjaman ini secara teratur mendapat skor tinggi pada faksi kepuasan pelanggan. Yang tidak kalah pentingnya, situs P2P memiliki biaya operasi yang lebih rendah daripada bank dan persyaratan modal yang mereka hadapi juga lebih rendah.

Masa Depan Sektor Perbankan

Ketua dan CEO BBVA Francisco González memperkirakan pada awal 2015 bahwa hingga setengah dari bank dunia akan hilang melalui celah yang dibuka oleh gangguan digital industri. Mungkin begitu, tetapi saya berpendapat bahwa bank yang paling berwawasan ke depan tidak hanya akan bertahan dari gelombang gangguan digital, tetapi akan berkembang, karena penantang yang didorong oleh FinTech ini sedang dalam momentum. Bank ritel besar dunia menikmati keuntungan besar, tidak terkecuali dalam hal basis pelanggan kolektif mereka dan data yang mereka simpan tentang klien mereka. "Bank pengemudi" ini akan memigrasikan sebagian besar nasabah mereka ke layanan perbankan digital mereka sendiri. Mereka akan memosisikan kembali diri mereka dalam rantai nilai dari menjadi penyedia infrastruktur dan produk, menjadi jantung hubungan pelanggan dalam lingkungan digital yang aman dan holistik. Akibatnya, mereka akan menjadi toko aplikasi keuangan yang menampilkan berbagai solusi keuangan dari penyedia yang berbeda. Dengan melakukan itu, mereka tetap relevan dengan pelanggan sebagai satu sumber untuk solusi keuangan global terbaik.

Jadi, di masa depan, setelah masuk ke mobile banking (mungkin menggunakan biometrik detak jantung atau pengenalan wajah) saya akan dapat menukar uang P2P melalui Ratesetter, melakukan pembayaran internasional menggunakan Transferwise, membuka Starbucks e-wallet, atau setor ke dana pasar uang Alibaba. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, kolaborasi harus menjadi norma. Perusahaan lama yang menilai perusahaan tidak dapat menandingi kecepatan ke pasar dan kemampuan untuk berinovasi yang dibawa oleh pengembang FinTech terbaik. Jadi, daripada mencoba menemukan kembali roda dengan mengembangkan solusi mereka sendiri, bank harus bekerja sama dengan inovator untuk menghadirkan layanan baru kepada konsumen mereka.

Dari perusahaan rintisan yang bekerja di ruang bersama di Kota Teknologi London atau Johannesburg, hingga perusahaan raksasa seperti Apple dan Google, FinTech adalah sektor yang dinamis. Tetapi sementara pemimpin pasar telah muncul, tidak ada yang benar-benar tahu dari mana sistem pembayaran atau dompet bitcoin berikutnya yang sukses akan datang. Dan untuk semua ide yang berhasil dipasarkan, banyak ide lainnya akan gagal. Layanan yang berhasil adalah layanan yang benar-benar membuat hidup lebih mudah, mungkin dengan menggabungkan FinTech dengan teknologi lain. Bank masa depan bisa menjadi tempat untuk menyimpan tidak hanya uang nasabah, tetapi juga barang berharga lainnya - misalnya, rekam medis, penyakit, atau data biometrik yang digunakan untuk menyalakan mobil para pelanggan.

Dengan basis pelanggan dan pengalaman mereka dalam menangani data secara aman, bank berada dalam posisi yang ideal untuk menciptakan solusi pelanggan holistik yang menggabungkan layanan keuangan dengan penawaran digital yang lebih luas. Itu bisa menjadi kunci kemakmuran masa depan mereka.

Bank saat ini tidak menarik - tapi FinTech sangat menarik. Kemunculan Fintech menimbulkan 'gairah' baru di sektor global?

Berikut adalah beberapa informasi latar belakang untuk pemula : FinTech berarti “ teknologi keuangan “. Ini mencakup gelombang baru perusahaan yang mengubah cara orang membayar, mengirim uang, meminjam, meminjamkan, dan berinvestasi. Sektor yang paling terganggu - atau setidaknya yang paling sering kita dengar - adalah sektor pembayaran dan transfer uang, dengan TransferWise (transfer uang), Square (pembayaran seluler), crowdfunding (Kickstarter, Crowdcube, Smart Angels...), dan *peer-to-peer lending* (LendingClub, Zopa, Prêt d’Union) semakin menjadi nama yang familiar dan menjadi produk rumah tangga sebagai kebutuhan pokok. Jadi di mana semua aktivitas menarik ini berlangsung? London jelas merupakan pusat FinTech terkemuka, diikuti oleh New York, dan kota-kota lain yang masih berjuang untuk menemukan masanya : Paris, Hong Kong, Singapura, Tel Aviv dan lain sebagainya.

Sekadar memberi Anda gambaran, investasi FinTech meraup \$ 22 miliar (termasuk \$ 4 milyar bidang asuransi) pada tahun 2015 dan diharapkan dari dapat meningkat secara signifikan, sehingga ada ruang untuk pemain-pemain baru!

Sejarah dan Kebangkitan Fintech

Sejarah FinTech di dunia digital diawali dengan kemajuan teknologi di bidang keuangan. Perkembangan komputer serta jaringan internet di tahun 1966 ke atas membuka peluang besar bagi para pengusaha finansial untuk mengembangkan bisnis mereka secara global.

Di era 1980an, bank mulai menggunakan sistem pencatatan data yang mudah diakses melalui komputer. Dari sini, benih-benih FinTech mulai muncul di *back office bank* serta fasilitas permodalan lainnya. Di tahun 1982, E-Trade membawa FinTech menuju arah yang lebih terang dengan memperbolehkan sistem perbankan secara elektronik bagi investor. Berkat pertumbuhan internet di tahun 1990an, model finansial E-Trade semakin ramai digunakan. Salah satunya adalah situs brokerage saham online yang memudahkan investor untuk menanamkan modal mereka.

Tahun 1998 adalah saat di mana bank mulai mengenalkan online banking untuk para nasabahnya. FinTech pun menjadi semakin mudah digunakan masyarakat luas, juga makin dikenal. Pembayaran yang praktis dan jauh berbeda dengan metode pembayaran konvensional membuat perkembangan FinTech semakin gencar pertumbuhannya. Layanan finansial yang lebih efisien dengan menggunakan teknologi dan software dapat dengan mudah diraih dengan FinTech.

Pasca krisis keuangan Amerika Serikat 2008 lalu, dunia menjadi akrab dengan istilah baru di bidang bisnis dan perekonomian. Istilah tersebut adalah fintech, yang merupakan singkatan dari frasa 'financial technology'. Tanpa ada hubungannya secara langsung dengan krisis di negeri Paman Sam tersebut, keberadaan fintech menawarkan cara baru bertransaksi di dunia maya; dan menggantikan layanan perdagangan daring tradisional melalui layanannya yang lebih efisien.

Kata fintech secara otomatis menjadi kerap disebut dengan maraknya bisnis startup pada tataran global, terutama di negara-negara berkembang di Asia yang notabene selamat dari gempuran krisis ekonomi global yang tak kunjung reda hingga detik ini.

Dari berbagai pengertian akan fintech itu sendiri, salah satu yang paling tepat adalah mekanisme keuangan yang diterapkan sedemikian rupa terhadap skema startup teknologi dan sepenuhnya mengubah wajah transaksi keuangan elektronik secara mendasar yang meliputi mobile payment, transfer uang antar-bank, simpan-pinjam, penggalangan dana, dan bahkan hingga manajemen aset sekalipun.

Kelahiran dan kebangkitan FinTech berakar kuat pada krisis keuangan, dan erosi kepercayaan yang ditimbulkannya. Kemarahan orang-orang terhadap sistem perbankan adalah tempat berkembang biak yang sempurna bagi inovasi keuangan. Waktu yang tepat, karena kaum milenial menjadi cukup tua untuk menjadi pelanggan potensial dan preferensi mereka menunjuk pada layanan seluler yang mereka pahami dan kuasai, sebagai ganti bankir yang tidak dapat mereka kaitkan. Dalam lanskap yang menguntungkan ini, para pendukung FinTech masuk dalam kompetisi, menawarkan layanan baru dan segar dengan biaya lebih rendah, melalui platform atau aplikasi seluler yang dirancang dengan baik. Singkatnya, perusahaan FinTech menawarkan kepercayaan, transparansi, dan teknologi. Menanggapi krisis kepercayaan terhadap bank, perusahaan rintisan dapat menawarkan layanan dengan biaya lebih rendah dengan cara yang lebih transparan, melalui antarmuka yang mudah digunakan. Pelanggan adalah raja dan tidak ada orang yang mengetahui pelanggan mereka lebih baik daripada start-up muda dan edgy, yang seringkali diambil dari jajaran generasi milenial itu sendiri.

Kehebohan yang Dibawa Fintech

Dengan semboyan sederhana, FinTech berarti: “Kekuatan untuk Rakyat!” Ambil transfer uang misalnya. Dengan adanya transparansi dan potongan biaya perantara, start-up FinTech memungkinkan individu untuk memiliki kendali atas uang mereka sendiri. Pengguna akhir tahu berapa banyak mereka membayar, dan kebetulan, ini lebih rendah dari yang biasa mereka bayar. Inovasi ini sebenarnya memiliki dampak sosial yang sangat besar, karena ada start-up yang mengkhususkan diri pada jenis pengiriman uang tertentu: remittance (uang yang dikirim oleh pekerja asing ke negara asalnya). WorldRemit dan Remitly menarik perhatian serius, masing-masing mengumpulkan \$ 100 juta dan \$ 12,5 juta dalam pendanaan. Ini tidak mengherankan, karena mereka memasuki pasar yang bernilai lebih dari \$ 600 miliar setahun.

Cara lain untuk memberdayakan orang adalah dengan menyediakan ... uang. Krisis keuangan tidak hanya mengakibatkan kurangnya kepercayaan kepada bank - tetapi juga mempersulit masyarakat untuk mengambil pinjaman. Pinjaman peer-to-peer telah memperluas ketersediaan pembiayaan, memungkinkan orang dan bisnis untuk meminjam uang dengan lebih mudah, lebih cepat, dan dengan cara yang lebih transparan. Startup FinTech ini telah menerapkan disintermediasi pada kredit, menghubungkan pembeli dan penjual melalui pasar. Di garis depan tren ini berdiri Lending Club yang mengumpulkan hampir \$ 900 juta dalam salah satu IPO terbesar tahun 2014.

FinTech juga memperluas akses ke peluang investasi, melalui crowdfunding. Jangan lupa bahwa investasi ekuitas pernah dibatasi hanya untuk orang-orang kaya. Saat ini dapat diakses oleh semua kalangan sosial! Jika Anda memiliki sejumlah kecil untuk diinvestasikan, masih dapat memberikan dampak dan berpotensi menuai beberapa keuntungan. Kickstarter, Indiegogo, Crowdcube... langsung

saja scroll ke bawah dan pilih proyek Anda. Kita sepertinya sudah terbiasa dengan sektor FinTech ini, dan cenderung lupa betapa revolusionernya itu. Penasihat Robo (*Robo Advisor*) juga mengguncang dunia investasi, memberikan nasihat keuangan kepada semua orang. Menurut laporan oleh perusahaan konsultan AT Kearney, layanan investasi otomatis ini akan mengelola sekitar \$ 2 triliun di AS pada tahun 2020, terhitung 5,6% dari aset investasi Amerika.

Secara umum - dan saya pikir ini adalah revolusi terbesar - FinTech menyediakan akses ke informasi, yang pernah dimiliki oleh beberapa orang terpilih, ke kumpulan orang yang terus meningkat. Dalam era “ekonomi informasi” kita, itu adalah langkah demokrasi yang besar.

FinTech di Dunia Berkembang: Mulai dari Awal

John Chaplin, seorang veteran industri pembayaran, mengumpulkan banyak pakar untuk menghasilkan wawasan tentang keadaan industri FinTech : kesimpulan mereka dikumpulkan dalam *The Payments Innovation Jury Report*. Di antara berbagai pertanyaan yang mereka tanyakan pada diri sendiri: wilayah mana yang akan menunjukkan inovasi pembayaran paling banyak selama 24 bulan ke depan? Putusan: Inovasi FinTech sebagian besar akan datang dari Asia , diikuti oleh Afrika, Amerika Utara, Amerika Latin, dan akhirnya Eropa. Alasannya cukup intuitif: kurangnya infrastruktur di negara-negara berkembang menyisakan ruang untuk inovasi yang tidak akan berhasil dalam ekonomi yang terlalu banyak bank dan sangat mengakar di Barat. Seperti yang diringkas dengan sempurna oleh salah satu kontributor laporan, “negara berkembang tidak terikat oleh sistem lama, model bisnis, atau perilaku pelanggan yang ada, dan dengan demikian menawarkan perspektif yang lebih segar yang sering kali dapat melihat di luar cakupan model bisnis yang sudah mapan.

Selain itu, sedangkan layanan FinTech di maju negara difokuskan pada secara online pelanggan, start-up di negara berkembang adalah mengindikasikan pasar yang lebih luas: pengguna ponsel. Menurut *International Telecommunications Union*, diperkirakan 95,5% populasi dunia memiliki akses ke telepon seluler - yang memberi pengaruh SMS lebih besar daripada internet. Jasa transfer uang ponsel seperti sebagai M-Pesa telah membuat kontribusi besar di cha nging situasi ekonomi dari populasi underbanked di Bangladesh dan Kenya. Di Bangladesh, M-Pesa setara dengan bKash yang difokuskan pada layanan keuangan seluler massal. Sementara Bangladesh menawarkan industri keuangan mikro yang kuat (kredit skala kecil tanpa jaminan), bKash bekerja seperti M-Pesa, mengirimkan pembayaran dengan cepat dan mudah kepada orang lain. Pada tahun 2013, International Finance Corporation (I FC), anggota dari Grup Bank Dunia, menjadi mitra ekuitas di bKash dan pada tahun 2014, Bill & Melinda Gates Foundation juga berinvestasi di bKash untuk memastikan akses ke layanan keuangan yang lebih luas untuk masyarakat berpenghasilan rendah di Banglades untuk mencapai inklusi keuangan yang lebih luas. Melihat dampak solusi FinTech di Afrika, penting untuk diingat bahwa di enam belas pasar Afrika, sekarang terdapat lebih banyak rekening uang seluler daripada rekening bank. Jadi, FinTech di negara berkembang tidak hanya tentang membuat layanan yang ada menjadi lebih nyaman: ia menciptakan infrastruktur baru, dan menyediakan lebih banyak inklusi bagi jutaan orang dalam ekonomi riil. Karena pasar yang dituju sangat besar - dan memang mewakili peluang potensial yang sangat besar - orang dapat benar-benar mengatakan bahwa FinTech “mengubah dunia menjadi lebih baik”.

Ancaman terhadap Bank Konvensional

FinTech telah mengungkapkan banyak “gangguan“, dan mungkin menyimpan lebih banyak lagi alur penggunaannya. Apakah ada cukup ruang untuk pendatang baru yang inovatif dan lembaga tradisional? Apa ancaman konkret untuk yang terakhir?

“Orang-orang perlu perbankan, tetapi mereka tidak selalu membutuhkan bank,” Heather Cox, Kepala Client Experience, Digital, and Marketing Officer Citi mengatakan dalam IBM InterConnect 2015. Layanan baru dan lebih nyaman dan berpusat pada pelanggan mengubah lanskap, sementara pelanggan menjadi lebih menuntut. Tidak ada bank yang dapat menyangkal hal ini: perkembangan pemain niche yang berfokus pada layanan tertentu membuat lembaga keuangan tradisional semakin sulit mempertahankan kepemilikan pelanggan mereka. Saat lembaga keuangan dapat menggabungkan layanan mereka tanpa transparansi dan masih menikmati loyalitas penuh dari pelanggan mereka, akan segera berakhir. Harus diakui, fenomena ini hanya berlaku untuk generasi tertentu di daerah tertentu, dan bahkan sebagian besar kaum “milenial” masih menggunakan layanan bank untuk semua operasi keuangan mereka. Kami belum ada di sana. Sebenarnya, ini mungkin hanya awal dari apa yang diramalkan akan menjadi revolusi keuangan.

Dalam laporan tahunannya kepada pemegang saham pada April 2015, CEO JP Morgan Jamie Dimon mengingatkan: “Ada ratusan perusahaan rintisan dengan banyak otak dan uang yang mengerjakan berbagai alternatif untuk perbankan tradisional.” Terlepas dari hegemoni nyata dari perusahaan-perusahaan besar ini, semakin banyak lembaga tradisional menjadi sadar akan ancaman yang diwakili oleh para pemain keuangan yang inovatif. Apakah itu langkah yang cerdas untuk mencoba dan mengalahkan mereka? Tidak ada yang bisa memastikan. Start-up memiliki keunggulan tertentu dibandingkan raksasa keuangan. Ukuran mereka yang kecil, budaya ramping, kemajuan teknologi, dan kemampuan untuk menarik talenta terbaik memberi mereka keunggulan kompetitif yang melekat pada sifat mereka.

Menata Ulang

Anda tahu apa yang mereka katakan: jika Anda tidak bisa mengalahkan mereka, bergabunglah dengan mereka. Langkah paling cerdas adalah berkolaborasi, bukan bersaing - dan banyak bank telah memahami hal ini. Mereka menciptakan inkubator (akselerator Barclays), menyiapkan dana ventura khusus (Santander’s Innoventures), menciptakan kemitraan (Metro Bank dan Zopa), atau sekadar mengakuisisi perusahaan baru. Strategi berbeda tetapi tujuannya tetap sama: bertahan, dan bahkan mendapat untung dari gangguan digital.

Ya, pemain besar harus mematuhi aturan start-up, dalam beberapa hal. Tapi ini sebenarnya bisa bermanfaat. Apa yang lebih baik daripada memiliki seseorang yang menemukan segalanya tepat di depan Anda, dan memungkinkan untuk membelinya? Ini adalah kesempatan sekali seumur hidup bagi bank untuk memperoleh kapabilitas yang ditingkatkan dan memodernisasi infrastruktur yang tidak efisien tanpa harus mengembangkannya sendiri. Dengan kata lain, hanya dibutuhkan pola pikir inovasi terbuka bagi bank untuk bergabung. Dalam konteks ini, skenario yang berbeda dapat dibayangkan. Dalam laporannya yang berjudul *The Future of Fintech and Banking: Digitally Disrupted or Reimagined?* Accenture merinci apa yang menurutnya paling bisa dirampok.

Skenario 1: bank terus percaya pada supremasi model bisnis mereka dan gagal beradaptasi, sehingga kehilangan pemain baru. Skenario 2: Mereka memahami pentingnya pengalaman pelanggan dan merangkul inovasi dalam model bisnis mereka, terutama berkolaborasi dengan pendatang baru. Pilihan kedua tampaknya jauh lebih mungkin, sekarang bank mengekspresikan kesadaran mereka dan meletakkan kartu mereka di atas meja. Mari kita berharap ini akan menghasilkan banyak situasi win-win solution bagi sektor jasa keuangan dan pelanggan globalnya.

1.3

Tren Teknologi Keuangan Saat Ini

Bank selamanya akan terus menerus bersaing terutama dengan bank lain. Persaingan mencakup saat pembukaan cabang secara massal, kampanye pemasaran yang berani, dan persaingan berkelanjutan untuk mendapatkan rekening dengan bunga tertinggi. Pada tahun 2015, FinTech tidak hanya sekedar menjadi kata kunci "sebuah" tetapi sudah menjadi "keharusan" akan adanya perubahan inovasi dan ini tidak menunjukkan tanda-tanda akan hilang. Sekarang tekanan persaingan langsung bagi bank tidak hanya datang dari bank lain, tetapi dari ribuan perusahaan rintisan FinTech dan raksasa teknologi yang kuat dengan modal yang cukup untuk memilih area perbankan yang paling menarik untuk memanfaatkan model bisnis mereka sendiri dan jutaan pelanggan.

Selama beberapa dekade, bank universal telah melayani seluruh cakupan layanan keuangan. Di berbagai negara, persaingan di sektor perbankan sangat jarang, karena sebagian besar wilayah dan negara dengan aturan tertentu hanya memiliki beberapa bank besar yang menguasai pangsa pasar yang cukup besar. Dengan demikian, sangat jarang untuk melihat bank yang telah tumbuh dari kecil menjadi pemain industri besar. Sementara bank mencoba menawarkan cakupan layanan yang luas, ada banyak perusahaan FinTech inovatif yang hanya berfokus pada pengembangan satu layanan sederhana dengan pengalaman pengguna yang luar biasa. Hal ini tentu membuat kehidupan bank serba sulit, karena mustahil untuk sebuah organisasi besar mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di setiap sektor jasa keuangan. Perkembangan ini mengacu pada tren "*unbundling*", yang berarti bahwa perusahaan FinTech berfokus pada area perbankan yang berbeda dengan tujuan untuk menjadi penyedia "terbaik dari ras" di area ini. Oleh karena itu, secara agregat ada bahaya bahwa penawaran layanan perbankan secara keseluruhan "tidak terikat" oleh penyedia FinTech terbaik di setiap kategori.

Meskipun penduduk negara maju benar-benar menikmati dalam melakukan aktivitas perbankan dari rumah mereka dengan manfaat perbankan online, kita masih dapat melihat bahwa perbankan online tidak banyak disukai atau tidak ada sama sekali di pasar negara berkembang. Namun pasar negara berkembang akan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan peningkatan substansial dalam penyediaan jasa keuangan. Proses ini seharusnya memakan waktu yang jauh lebih sedikit daripada yang dibutuhkan pasar negara berkembang untuk mencapainya. Ini akan menjadi skenario yang sangat mirip dengan apa yang telah terjadi dengan perkembangan jaringan internet di negara-negara tersebut. Sementara presiden negara maju terus berpindah dari satu jenis koneksi ke yang lain, sama sekali tidak aneh melihat negara berkembang dengan cepat melompat dari modem 56k umum ke koneksi nirkabel berkecepatan tinggi. Dengan kata lain, negara berkembang cenderung memulai dan bertahan pada teknologi kelas bawah lebih lama daripada negara maju; namun, mereka kemudian melewati banyak tahapan dan dengan cepat mengadopsi produk yang paling berkembang.

Regulasi yang Mendukung Sektor FinTech

Tahun 2015 diawali dengan berita menggembirakan yang datang dari Inggris, dimana pemerintah mengumumkan inisiasi pembagian data dan inisiatif open data di perbankan (inisiatif open *Application Programming Interface* (API)). Pejabat Inggris berencana untuk menerapkan kerangka kerja terperinci untuk lingkungan data perbankan terbuka yang dapat digunakan oleh bank dan perusahaan FinTech untuk berkolaborasi lebih banyak demi kepentingan pelanggan mereka. Tujuannya adalah untuk meningkatkan persaingan demi keuntungan konsumen. Ini merupakan langkah penting, karena selain pengaruh dari pemerintah Inggris, banyak organisasi inovatif dapat memperoleh akses ke data keuangan di masa mendatang. Bagian penting lainnya dari undang-undang di Eropa adalah Petunjuk Layanan Pembayaran 2 (PSD II). Meskipun keseluruhan analisis PSD II agak rumit dan di luar cakupan bab ini, secara ringkas Parlemen Eropa juga ingin melihat akses yang lebih mudah ke data perbankan untuk memungkinkan inovasi sekaligus mencegah penyalahgunaan data dan pelanggaran keamanan.

Produk Wearable, Valuta Asing (FX), Bitcoin, dan Tren Blockchain

Setelah meninjau tren regulasi, kami sekarang ingin menyoroti aplikasi utama FinTech. Di sektor pertukaran mata uang asing, layanan seperti WeSwap adalah pendatang dalam pasar pertukaran mata uang, tetapi mereka melakukan hal-hal yang sangat berbeda dari pertukaran uang tradisional - WeSwap sebenarnya memungkinkan orang-orang dari berbagai negara untuk berinteraksi dan menukar mata uang lokal dengan menentukan nilai tukar lokal, jauh lebih murah daripada komisi yang dilakukan bisnis pertukaran uang tradisional di bursa. WeSwap didukung oleh MasterCard dan diharapkan tumbuh secara eksponensial selama 18 bulan ke depan.

Meskipun belum menjadi hal yang biasa, perangkat cerdas wearable (perangkat yang bisa dipakai/dikenakan) akan merevolusi industri perbankan. Perkiraan pengiriman dengan wearable pada tahun 2015 adalah 45,7 juta unit dan ini akan terus meningkat. Jam tangan Apple memungkinkan pemakainya untuk memeriksa saldo perbankan mereka, melacak riwayat transaksi mereka, dan menemukan cabang terdekat - setelah sistem transaksi perbankan seluler diperluas dan ditingkatkan, fungsi perangkat yang dapat dikenakan pintar ini hanya akan semakin meningkat. Jeremy Mugridge, Direktur Pemasaran di Instinct Studios mengatakan, "perangkat yang dapat dikenakan telah ada selama beberapa waktu sekarang, tetapi kami cenderung melihat momentum ini meningkat setelah Apple Watch dirilis. 2015 akan menjadi tahun di mana kita akan melihat pergeseran fokus dari kesehatan dan kebugaran ke area lain seperti kesehatan keuangan masyarakat. Bagi yang ragu bahwa perangkat yang dapat dikenakan akan menjadi populer, lihat sekilas ponsel cerdas Anda dan pikirkan kembali 10 tahun.

Mungkin bukan kebetulan bahwa setelah risiko ekonomi, yang sebagian didorong oleh bank, konsumen sekarang lebih memperhatikan keuangan mereka sendiri daripada sebelumnya. Memang, beberapa aplikasi dibuat untuk memungkinkan konsumen melakukan hal itu - satu aplikasi, yang disebut Spendific, menghubungkan ke rekening bank pengguna dan, setelah memperhitungkan semua pengeluaran mereka, menyatakan apa yang tersisa dan mesti dibelanjakan. Ini diperbarui secara real time saat pembelian dan pembayaran dilakukan dari akun itu. Namun, inovasi ini relatif mendasar jika dibandingkan dengan MoneyHub, yang telah mengembangkan aplikasi yang melakukan hal serupa, tetapi juga menyertakan penghematan jangka panjang dalam proses perencanaan keuangan. Hal-hal seperti membeli rumah dan usia pensiun yang diinginkan disertakan dan skenario yang berbeda dapat dibuat untuk melihat apa dampak keputusan konsumen terhadap prospek keuangan mereka. Semakin

banyak penyediaan layanan keuangan dilakukan secara online dan karena Generasi Z (segmen demografis yang lahir dari generasi milenial) hanya akan mengenal “seluler”, maka tidak mengherankan bahwa hal ini telah dan akan terus terjadi. Perangkat pintar, yang dapat dikenakan khususnya aplikasi keuangan yang canggih secara teknologi dan peningkatan peluang pembayaran seluler, adalah hasil dari permintaan konsumen .

Meskipun mereka mengambil langkah lama yang agak lambat, ada tanda-tanda yang jelas bahwa mata uang kripto akan tetap ada - misalnya, California menjadikannya alat pembayaran yang sah pada tahun 2015. Di Eropa beberapa negara sudah melihat bitcoin - contoh mata uang kripto - bertahan dalam sistem pertukaran *barter-type*. Bisa dibilang, belum ada model penggunaan bitcoin sesuai kebutuhan industri, tetapi ini akan berkembang seiring waktu. Namun, perkembangan semua ini bisa terhalang oleh regulasi dan undang-undang nasional. Dilihat dari sudut pandang idealis, orang akan dapat menggunakan bitcoin, atau mata uang kripto lainnya, di mana saja di dunia, secara instan. Namun, dengan berbagai aturan dan regulasi yang mengatur negara bagian dan berbagai lembaga keuangan yang terlibat, mendapatkan kesepakatan dengan suara bulat tentang bagaimana mata uang kripto harus bekerja terbukti akan mengalami kendala.

Dalam hal ini, blockchain (teknologi yang menjadi dasar bitcoin) adalah penyimpanan data terdistribusi yang menyimpan buku besar transaksi publik untuk cryptocurrency, seperti bitcoin itu sendiri. Bab khusus dalam bukunya mencakup mata uang kripto (cryptocurrency) dan teknologi blockchain. Jelas bahwa FinTech telah membuat terobosan besar ke dalam banyak aspek kehidupan kita sehari-hari. Apa yang bahkan mungkin lebih jelas adalah bahwa permukaannya hampir tidak tergores sehubungan dengan apa yang dapat dilakukan FinTech untuk kita semua di masa depan. Karena kita konsumen menjadi semakin menuntut dan cerdas dalam pilihan kita, Anda dapat berharap untuk melihat lembaga keuangan semakin bergantung pada perkembangan FinTech untuk memberikan solusi untuk membuat kita bahagia dan memenuhi kebutuhan kita.

Singkatnya, kita sekarang hidup di masa transformasi signifikan di sektor perbankan. Dapat diasumsikan bahwa perbankan selama 10 tahun ke depan akan mengalami tingkat perubahan yang lebih tinggi daripada dalam 100 tahun terakhir. Inovasi teknologi keuangan telah mengalami guncangan global di sektor ini. Sekarang pertanyaan terpenting yang tersisa: akankah bank berhasil merangkul inovasi FinTech atau tidak? FinTech diatur untuk memainkan peran yang lebih besar dalam hidup daripada yang mungkin pernah Anda harapkan.

Bab 2

Tema Utama Dalam Fintech

Pendahuluan

Setelah pengenalan sektor teknologi keuangan di bagian sebelumnya, bagian kedua ini berfokus pada beberapa tema umum utama. Pembahasan dalam bab-bab ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara pemain mapan dan perusahaan rintisan FinTech sambil memberikan gambaran umum global tentang kerangka kerja regulasi yang berdampak pada FinTech. Kepatuhan terhadap peraturan adalah prasyarat untuk sukses bagi perusahaan FinTech di seluruh dunia. Pinjaman pasar - salah satu model bisnis FinTech yang mengganggu juga dijelaskan secara lebih rinci di sini.

Karena kita semua cenderung menjalani kehidupan digital yang semakin meningkat, kita memiliki beberapa identitas online. Topik manajemen identitas, terutama yang penting bagi FinTech, dibahas di sini. Ancaman raksasa teknologi kepada petahana, seperti perusahaan seperti Apple dan Facebook telah memasuki arena pembayaran global, juga disorot.

Terakhir, prinsip dan pentingnya desain yang baik dibahas untuk memastikan bahwa pengalaman pengguna produk dan layanan keuangan adalah apa yang diharapkan pelanggan, berdasarkan interaksi mereka dengan solusi konsumen dan teknologi terkemuka.

Secara historis, bank bertanggung jawab atas inovasi terbesar dalam industri keuangan. Dimulainya kartu kredit pada 1950-an dan mesin ATM pada 1970-an sepenuhnya merevolusi cara kita mengakses dan membayar barang. Beralih ke tahun 2016 dan ini adalah cerita yang sangat berbeda. Perkembangan tersebut terjadi terpisah beberapa dekade, tetapi mengikuti pertumbuhan dan aksesibilitas internet yang signifikan dan teknologi yang maju – termasuk ponsel pintar, data besar, media sosial, dan komputasi awan – permintaan datang dari konsumen untuk membuatnya lebih mudah untuk mengelola keuangan mereka. Dengan demikian, inovasi keuangan tidak lagi terbatas pada lembaga-lembaga tersebut, memungkinkan pemain luar untuk masuk untuk mengguncang industri. Sektor keuangan terus menampilkan banyak inovasi dan kemajuan teknologi yang mengesankan seperti teknologi nirkontak, dompet digital, dan mata uang kripto. Namun para inovator sekarang jarang menjadi bank tetapi perusahaan FinTech kecil. Sektor ini sering kali dipimpin oleh mantan karyawan bank yang telah mengidentifikasi kesenjangan dalam penawaran atau layanan yang ada.

Application Programming Interface (API) dalam bahasa Indonesia disebut Antarmuka Pemrograman Aplikasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seperangkat alat yang memungkinkan komponen perangkat lunak atau sistem yang berbeda untuk berkomunikasi secara efektif satu sama lain. API didefinisikan sebagai spesifikasi kemungkinan prediksi interaksi dengan komponen perangkat lunak. Sederhananya API bisa dicontohkan sebagai sebuah kendaraan yang berisi komponen perangkat lunak. API akan mencakup informasi tentang apa yang dapat dilakukannya yakni mempercepat, mengerem, menyalakan radio, dan lain- lain. Didalamnya juga mencakup informasi tentang bagaimana Anda dapat membuatnya melakukan hal-hal yang berguna misalnya, untuk mempercepat, menginjak pedal gas dan mendorong. Dengan menggunakan API, bank atau penyedia layanan keuangan penantang dapat menggabungkan teknologi dari perusahaan FinTech ke dalam area utama yang memerlukan dukungan - menyederhanakan proses penambahan layanan teknologi inovatif dengan menyatukan blok bangunan layanan fleksibel, seperti permainan 'lego' keuangan.

Dengan API, pemimpin TI dalam bisnis dapat membuat solusi TI keuangan mereka sendiri atau mendukung proses internal lainnya tanpa harus membangun setiap bagian teknologi dari awal. Sebaliknya, mereka dapat memadukan dan mencocokkan portofolio teknologi keuangan AP Is untuk menciptakan solusi yang dipesan lebih dahulu di mana tim pengembangan dapat mengintegrasikan fungsionalitas API sebagai bagian dari teknologi mereka. Misalnya, bank dan perusahaan pembayaran dapat mengirim uang secara internasional melalui API Currency Cloud, daripada harus mengembangkan teknologi berpemilik.

Fleksibilitas API berarti lebih mudah juga untuk menciptakan pengalaman yang akan dinikmati pengguna karena pengalaman dapat dengan mudah digali dari sistem di belakangnya. Pengembangan layanan pembayaran seluler Barclays, Pingit, adalah contoh yang bagus tentang hal ini di mana membuka API mereka telah membantu membawa layanan baru yang sukses ke pasar. Pingit telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa sejak diluncurkan pada tahun 2012, dengan pengguna di London saja mengirimkan lebih dari £ 60 juta melalui Pingit dalam enam bulan pertama tahun 2014.

Meskipun skala inovasi melanda industri jasa keuangan, banyak bank masih mempertahankan R&D mereka secara tertutup. Maklum, keamanan adalah salah satu prioritas utama mereka dan daripada berbagi informasi risiko dengan pihak lain, bank cenderung hanya mempercayai diri mereka sendiri. Meskipun ini berarti ancaman dari luar terbatas, itu juga berarti tidak ada pembangunan eksternal. Dan kami hanya perlu melihat sejauh kisah sukses dari Apple dan Google, yang secara rutin membuka API mereka untuk pikiran kreatif di luar, untuk memahami betapa berharganya dan menarik hasil dari yang terakhir ini.

Dikembangkan di era pra-internet, model bisnis bank dan infrastruktur teknologi sebagian besar telah dibangun di sekitar rangkaian produk dan dikirim melalui cabang. Dengan kata lain, bank tidak dibangun untuk melayani nasabah yang serba cepat dan paham digital. Dengan demikian, sejumlah pelaksana teknologi telah mengambil kesempatan untuk mengembangkan alternatif inovatif, yang dibangun di atas platform fleksibel yang dapat beradaptasi dengan lingkungan yang terus berubah ini. *PayPal* adalah salah satu contoh penting pertama dari solusi sukses yang memberikan manfaat besar bagi pelanggan dan sejak itu telah membuka jalan bagi ledakan layanan alternatif, menawarkan segalanya mulai dari investasi hingga pembayaran internasional, pinjaman, dan rekening bank. Dan aplikasi sejenis seperti *Kickstarter* dan *Seedr*, yang telah memimpin pasar crowdfunding selama beberapa waktu, hingga *Amigo* yang memberikan persetujuan kredit pribadi, dan *Transferwise* yang menawarkan akses yang lebih murah kepada konsumen hingga transfer ke luar negeri, perusahaan-perusahaan ini mendefinisikan ulang vertikal lama atau menciptakan seluruhnya yang baru.

Namun, kebangkitan pendatang baru FinTech di industri ini tidak perlu membuat bank panik tentang tantangan yang terkait dengan merombak seluruh infrastruktur TI mereka untuk bersaing. Perdebatan “kita melawan kita” yang terus mendapatkan popularitas tidak memberikan gambaran yang akurat tentang hubungan antara inovator FinTech dan bank. Mari kita perjelas, bank adalah batu penjur di mana ekonomi kita dibangun, di mana sebagian besar perusahaan FinTech beroperasi dan mereka tidak akan hilang dalam waktu dekat atau bahkan jauh di masa depan. Namun, kami menciptakan cara yang sangat berbeda dalam memandang dan mendekati industri.

Perusahaan rintisan teknologi melihat lanskap layanan keuangan ini dan menggunakan rasionalitas internet, melihat layanan pelanggan yang buruk dan ruang untuk efisiensi yang luar biasa. Logika yang sama telah diterapkan di industri lain seperti musik dan telekomunikasi, yang juga telah banyak diubah oleh kekuatan teknologi baru dan internet. Apa yang mungkin dilihat oleh bank tradisional sebagai ancaman di era digital, tantangan mereka yang lebih gesit dapat dilihat sebagai peluang. Hasilnya adalah gelombang firma FinTech yang berupaya mengoptimalkan segmen tertentu dari rantai nilai keuangan (baik itu transfer uang internasional, pinjaman, atau pemrosesan pembayaran) dan menawarkan layanan khusus mereka ke bisnis dan bank lain, melalui API. Sebuah perusahaan yang ingin memberikan dukungan pada para musisi, misalnya, dapat menggunakan satu perusahaan teknologi seperti *Kickstarter* untuk memberikan pinjaman, dan perusahaan lain seperti *Currency Cloud* untuk melakukan pembayaran. Keberhasilan para pemain ini sebagian karena kemampuan mereka untuk fokus pada segmen industri yang sangat khusus, daripada mencoba bersaing di semua tingkatan. Bank di sisi lain, selalu berusaha untuk memiliki setiap aspek dari spektrum jasa keuangan, namun ini adalah di mana mereka sekarang berjuang sebagai pemain alternatif menawarkan lebih banyak sophisticated layanan bagi pelanggan dalam niche tertentu.

Terlepas dari perbedaan mereka, baik pemain FinTech maupun bank memiliki banyak keuntungan dari kerja sama. Perusahaan FinTech bisa mendapatkan keuntungan dari sejarah panjang operasi perbankan dan fondasi yang disediakan oleh bank. Mereka adalah bagian penting dari teka-teki karena bank menyediakan instrumen keuangan untuk perusahaan FinTech mengemas dengan cara yang berbeda, pada saat yang sama berkonsentrasi pada satu kasus penggunaan tertentu pada satu waktu. Bank secara bersamaan dapat memperoleh nilai dari pemain baru - apakah itu berarti ingin bermitra dengan mereka atau memperoleh penawaran teknologi canggih mereka. Menggunakan kapabilitas API yang diberikan dengan cara ini dapat membantu bank untuk meningkatkan layanan secara internasional, mengurangi biaya pengembangan, dan membuka kunci pendapatan baru tanpa harus berinvestasi dan membangun arsitektur baru.

Pertumbuhan FinTech dan dorongan untuk akses terbuka ke data keuangan telah dicatat di seluruh industri karena pemerintah terus mendukung perusahaan FinTech dan perkembangan Inggris sebagai pusat keuangan paling menarik di dunia. Tidaklah mengherankan bahwa mereka baru-baru ini mengumumkan rencana untuk membuat standar API terbuka yang terkonsolidasi untuk bank. Pemerintah telah berkomitmen untuk menyerukan bukti tentang cara terbaik untuk memberikan standar terbuka untuk API di perbankan Inggris dan untuk menanyakan apakah lebih banyak data terbuka di perbankan dapat menguntungkan konsumen. Meskipun awal dari proses ini adalah membahas produk yang ditawarkan bank, apa yang sangat diminati oleh perusahaan FinTech adalah langkah selanjutnya: membuka data transaksional dari dalam bank. Namun, bank masih sangat berhati-hati dalam memberikan akses kepada pengembang luar ke jenis data ini dan akan membutuhkan lebih banyak diskusi sebelum langkah tersebut menjadi kenyataan. Ini mungkin bukan strategi yang semula kami harapkan ketika kami mendengar tentang standar terbuka tetapi setidaknya ini adalah awal yang sangat baik.

Ini merupakan langkah maju yang menggembirakan bagi industri ini. Kami telah melihat bagaimana memelihara ekonomi API dapat memberikan inovasi dalam jumlah besar kepada industri, dan dengan dukungan lebih lanjut, hal itu akan terus menghasilkan peluang baru bagi bank dan pemain alternatif yang sedang naik daun di industri ini. Dengan pemerintah Inggris menaruh perhatian pada pendatang baru yang sukses ini untuk membawa industri maju ke abad 21, ini lebih jauh menunjukkan bahwa pemain alternatif telah berhasil membuktikan nilai mereka pada industri - dan kredibilitas seperti itu akan terus tumbuh.

Ada banyak keuntungan dari perusahaan FinTech dan bank tradisional yang memulai hubungan kolaboratif untuk menemukan dan menentukan potensi pertumbuhan masa depan dalam industri ini. Kami sangat percaya bahwa bekerjasama, bukan saling melawan, bank dan kami tidak ragu bahwa kolaborasi dengan perusahaan teknologi yang berpikiran maju akan memastikan bahwa industri keuangan terus berinovasi.

2.2

Kunci Kepatuhan Global

Kami menyukai FinTech yang hebat, seperti PayPal, Apple Pay, dan Stripe. Kami senang melihat mereka bangkit. Kami senang menggunakannya. Tapi kita semua akan membuangnya dalam sedetik jika mengalami gagal - gagal dipercaya, gagal aman, atau gagal mematuhi peraturan keuangan lokal. Kepatuhan terhadap peraturan keuangan legal bukanlah opsional, tetapi wajib. Setiap FinTech wajib

membangun layanan yang aman dan tepercaya, terlepas dari letak geografi dan undang-undang yang berlaku. Hampir setiap negara memiliki peraturan keuangan sendiri-sendiri berdasarkan budaya, sistem keuangan, dan pengalaman sejarahnya yang berbeda. Kepatuhan global (*Global Compliance*) sangat penting bagi perusahaan yang beroperasi lintas batas. Dalam artikel ini, kami menjelaskan apa itu kepatuhan global, mengapa itu penting, dan cara terbaik untuk mengelolanya saat terjun dalam pasar global.

Jika Anda telah meluncurkan perusahaan FinTech tetapi mengabaikan kepatuhan untuk layanan Anda, mungkin akan ditutup oleh otoritas pengawas, yang mengakibatkan potensi rusaknya reputasi dan biaya terkait yang diperlukan untuk memperbaikinya. Jika Anda terlalu patuh dengan peraturan, Anda tidak akan bergerak maju dengan cukup cepat dan akan digulingkan oleh para pesaing. Apakah ada jalan pintas menuju kepatuhan?

FinTech Harus Memahami Setiap Peraturan Yang Berlaku

Kepatuhan perusahaan berarti strategi dan program yang dimiliki bisnis untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan. Perusahaan terkadang memiliki "Pejabat Kepatuhan" yang bertanggung jawab atas kepatuhan perusahaan. Seringkali orang ini adalah orang yang sama dengan Kepala Penasihat Hukum / Kepala Pejabat Hukum / Penasihat Umum.

Kepatuhan perusahaan sering kali berada di dalam perusahaan bersama dengan fungsi terkait lainnya seperti audit internal dan manajemen risiko, dan diklasifikasikan di bawah istilah umum 'Tata Kelola, Manajemen Risiko, dan Kepatuhan'.

Jika ingin bersaing dan mengalahkan para pelaku industri lama, Anda harus memahami aturan mainnya. Sementara FinTech mencoba untuk melewati lebih banyak pemain, mereka tidak dapat mulai menyerang mereka kecuali mereka memahami aturan-aturan yang berlaku dan dengan cepat belajar bagaimana menggunakan regulasi dan spesialisasi hukum untuk keuntungan mereka.

Aturan utamanya adalah tidak boleh mencoba melanggar regulasi. Jauh lebih baik untuk menerimanya sebagai fungsi inti dari organisasi Anda. Jika Anda menjaga regulasi dan kepatuhan sejak awal, Anda akan berada dalam posisi yang lebih kuat sejak awal daripada harus mengejar ketinggalan. Ini seperti akuisisi pelanggan: pembayaran dividen besar di telepon. Pikirkan dua kali tentang apa yang dilakukan organisasi Anda dan bagaimana Anda berniat untuk menyusun kepatuhan Anda. Apakah Anda benar-benar melihat regulasi dan kepatuhan sebagai bagian dari organisasi, kehidupan, dan DNA dari start-up Anda? Apa yang Anda lakukan hari ini terkait kepatuhan regulasi? Tahukah Anda bagaimana regulasi keuangan berlaku di seluruh wilayah terpenting di dunia?

Amerika Serikat: Pasar Tunggal dengan Peraturan Bertingkat yang Kompleks

Pertama-tama, mari kita lihat regulasi keuangan di Amerika Serikat, yang sangat terfragmentasi dibandingkan dengan negara-negara Eropa dan Asia, di mana sebagian besar yurisdiksi hanya memiliki satu regulator bank. Di AS, perbankan diatur di tingkat federal dan negara bagian. Bergantung pada jenis karakter yang dimiliki organisasi perbankan, dan pada struktur organisasinya, organisasi tersebut mungkin tunduk pada berbagai peraturan perbankan federal dan negara bagian.

Struktur ini membuat kehidupan menjadi rumit bagi FinTech di Amerika Serikat. Misalnya, jika Anda ingin menyediakan manajemen investasi dan layanan, seperti Wealthfront di Palo Alto, CA, Anda harus terlebih dahulu menentukan undang-undang negara bagian mana yang mungkin berlaku untuk klien tertentu. Selain itu, Anda tidak akan diizinkan untuk melayani di klien internasional, kecuali jika Anda menerapkan prosedur anti pencucian uang internasional dan menangani masalah pajak lintas batas dengan benar. Akibatnya, mungkin lebih mudah untuk membuka kantor internasional di negara lain dan melayani klien lokal dalam kerangka peraturan.

Jika Anda ingin meluncurkan sesuatu di bidang peminjaman, seperti Lending Club di San Francisco, CA, Anda akan memiliki pasar pemberi pinjaman dan investor di bagian bawah. Selain itu, untuk meningkatkan urutan kesulitan dan luas pasar, Anda akan memiliki legislator tingkat negara bagian AS, kemudian regulator federal AS, NASAA, lalu *Securities Exchange Commission* (SEC). Setelah Anda berhasil di sini, dan ingin melayani pemberi pinjaman dan investor Eropa, Anda harus membuka kantor Eropa atau Asia dan harus mengikuti peraturan lokal mereka.

Eropa: Masih Kompleks tetapi dengan Beberapa Regulasi yang Diselaraskan

Pada tahun 2014 Eropa menerapkan Single Supervisory Mechanism (SSM), yang dimaksudkan untuk menyelaraskan berbagai peraturan keuangan nasional di 27 negara anggota Eropa. Di setiap negara, *National Competent Authority* (NCA) mengawasi bank nasional dan penyedia jasa keuangan. Jika Anda ingin berekspansi ke negara-negara Eropa lainnya, Anda harus bekerja sama dengan NCA lokal dan peraturannya masing-masing, misalnya di Inggris, Prudential Regulation Authority (PRA), yang mengawasi sekitar 1.700 bank dan penyedia layanan keuangan, dan di Prancis the Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), keduanya didasarkan pada peraturan dan hukum yang serupa dengan Jerman.

Asia: Tetap Sangat Terfragmentasi

Berpindah ke kawasan Asia, Anda mungkin ingin fokus hanya pada Cina dan India - bagian Asia lainnya sangat terfragmentasi dan terutama berfokus pada apa yang dilakukan oleh dua negara besar Asia tersebut. Sistem keuangan Tiongkok sangat diatur dan baru-baru ini mulai meliberalisasi dirinya sendiri karena kebijakan keuangan Tiongkok menjadi lebih signifikan terhadap strategi ekonominya secara keseluruhan. Akibatnya, bank dan penyedia jasa keuangan menjadi lebih penting bagi ekonomi China dengan menyediakan peningkatan jumlah keuangan kepada perusahaan untuk investasi, mencari simpanan, dan meminjamkan uang kepada pemerintah. Bank of China merupakan bank terbesar di Cina dan bertindak sebagai *Treasury*. Bank of China juga menerbitkan mata uang, memantau jumlah uang beredar, mengatur organisasi moneter, dan merumuskan kebijakan moneter untuk Dewan Negara. Bank of China mengelola transaksi valuta asing dan cadangan devisa. *China Development Bank* mendistribusikan modal asing dari berbagai sumber, dan China International Trust and Investment Corporation (CITIC), yang sebelumnya merupakan organisasi keuangan yang memperlancar aliran masuk dana asing, sekarang menjadi bank yang lengkap, diizinkan untuk bersaing untuk mendapatkan dana investasi asing dengan Bank of China. *China Development Bank* meminjamkan dana untuk proyek-proyek pembangunan modal dari anggaran negara, dan akhirnya Bank Pertanian Cina berfungsi sebagai lembaga pemberi pinjaman dan penyimpan untuk sektor pertanian.

Pada akhir tahun 2014, pemerintah China telah mengadopsi peraturan baru yang mewajibkan 75% dari semua produk teknologi yang digunakan oleh lembaga keuangan China diklasifikasikan sebagai “aman dan dapat dikontrol” pada tahun 2019. Sarana pemasok dan penyedia layanan akan dipaksa untuk menyerahkan kode sumber rahasia mereka kepada auditor China untuk memungkinkan audit pemerintah yang invasif untuk mendeteksi pintu belakang ke dalam perangkat keras dan perangkat lunak. Aturan ini berlaku untuk semua lembaga keuangan dan pemasoknya yang menyediakan layanan keuangan di China, membuat persaingan cukup keras untuk perusahaan asing.

Di India, regulasi dan pengawasan sistem keuangan memiliki arsitektur bertingkat yang kompleks yang dilakukan oleh otoritas regulasi yang berbeda. Reserve Bank of India (RBI) mengatur dan mengawasi sebagian besar sistem keuangan. Peran pengawasan RBI meliputi bank komersial, bank koperasi perkotaan (UCB), beberapa lembaga keuangan, dan perusahaan pembiayaan non-perbankan (NBFC).

Bank Perkreditan Rakyat Daerah, bank koperasi, dan perusahaan pembiayaan perumahan diawasi oleh *National Housing Bank* (NHB). Melalui *Department of Company Affairs* (DCA), Pemerintah India mengatur kegiatan pengambilan simpanan korporasi, selain NBFC. Pasar modal India, reksa dana, dan perantara pasar modal lainnya diatur oleh Dewan Sekuritas dan Bursa India (*Securities and Exchange Board of India* / SEBI); *the Insurance Regulatory and Development Authority* (IRDA) mengatur sektor asuransi; dan Otoritas Pengaturan dan Pengembangan Dana Pensiun (*Pension Funds Regulatory and Development Authority* / PFRDA) mengatur dana pensiun.

Pada tahun 2011, hanya sekitar 35% orang India yang berusia di atas 15 tahun yang memiliki rekening di lembaga keuangan formal. Setelah inisiatif yang gagal untuk menghubungkan setiap rumah tangga dengan rekening bank, inisiatif ADHAR mengeluarkan 770 identitas unik (UID), landasan untuk kemudahan pendaftaran kartu SIM seluler dan uang seluler. Diawali oleh kampanye PMJDY, hari ini sekitar 99,7% dari hou seholds terhubung ke bank rekening. Didorong oleh kesuksesan besar ini, komite RBI India mulai menerima aplikasi dari perusahaan untuk mendapatkan lisensi khusus - lisensi bank hanya pembayaran, tunduk pada pengawasan peraturan dan izin, itu diberikan kepada pelamar pertama pada akhir 2015.

Layanan Pembayaran Diatur Secara Global

Layanan pembayaran untuk portofolio Anda akan memicu serangkaian peraturan mengikat lainnya. Untuk mencegah pencucian uang, layanan pembayaran secara umum, termasuk P2P, P2B, dan B2B, diatur secara ketat oleh pemerintah hampir di semua tempat. FATF (*Financial Action Task Force on Money Laundering*), sebuah organisasi gabungan internasional dengan lebih dari 34 negara anggota yang berlokasi di kantor OECD global di Belgia, mengeluarkan kerangka kerja komprehensif melawan pencucian uang dan pendanaan terorisme pada tahun 2012. Kerangka yang diterima secara internasional ini telah diubah menjadi peraturan transfer uang nasional yang sangat spesifik.

Eropa menerapkan Arahan tentang Layanan Pembayaran (PSD), untuk memberikan kerangka hukum bagi pembuatan pasar tunggal pembayaran di seluruh UE. PSD, yang baru-baru ini diperbarui menjadi PSD2, bertujuan untuk menetapkan seperangkat aturan modern dan komprehensif yang berlaku untuk semua layanan pembayaran di Uni Eropa. Sasarannya adalah membuat pembayaran lintas batas semudah, efisien, dan seaman pembayaran “nasional” dalam suatu Negara Anggota. PSD

juga berupaya meningkatkan persaingan dengan membuka pasar pembayaran bagi pendatang baru, sehingga mendorong efisiensi dan pengurangan biaya yang lebih besar. Pada saat yang sama, Petunjuk menyediakan platform hukum yang diperlukan untuk Single Euro Payments Area (SEPA).

Di AS, pada 26 Januari 2015 Federal Reserve System mengeluarkan “*Strategies for Improving the U.S. Payment System*”, yaitu Strategi untuk Meningkatkan Sistem Pembayaran AS yang merupakan multifaset rencana untuk berkolaborasi dengan para pemangku kepentingan sistem pembayaran termasuk Udin besar dan Busin kecil eses, muncul perusahaan pembayaran, jaringan kartu, pemroses pembayaran, konsumen, dan lembaga keuangan untuk meningkatkan kecepatan, keamanan, dan efisiensi sistem pembayaran AS. Dokumen ini mencakup peraturan multi-level dan komentar terhadap ISO 20022 untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan pembayaran nasional dan lintas batas.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia

Hidup di era modern seperti saat ini rasanya sulit untuk tidak berhubungan atau bertransaksi dengan lembaga keuangan seperti bank, asuransi, pasar modal, atau lembaga investasi. Ya, pasalnya semua lembaga keuangan yang disebutkan tersebut kian hari kian dibutuhkan masyarakat. Mulai dari urusan simpan dan pinjam uang hingga investasi. Untungnya, kita memiliki lembaga independen bernama OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang mengatur, mengawasi, memeriksa, dan bahkan menyidik lembaga keuangan. Intinya OJK ingin memastikan lembaga keuangan tersebut berjalan sesuai hukum dan aturan yang berlaku sehingga masyarakat dapat terlindungi ketika berhubungan dengan lembaga-lembaga tersebut.

Sebenarnya apa peran OJK di Indonesia? Mengapa ia begitu powerful dan dipercaya Pemerintah dalam mengatur di sektor jasa keuangan? Apakah OJK juga yang akan menjawab tantangan ekonomi ke depan? Sejumlah pertanyaan ini memang layak dimunculkan kembali mengingat masih banyak masyarakat yang belum tahu dan mengerti apa itu OJK dan seperti apa tugas dan wewenangnya.

Sejarah Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Sebelum membahas satu per satu pertanyaan di atas, mungkin akan lebih jelas kalau kita flashback terlebih dahulu ke era tahun 1997/1998 dimana saat itu negeri ini diterjang krisis moneter yang dahsyat. Kala itu Bank Indonesia dianggap tak berhasil melakukan pengawasan perbankan. Bahkan di saat itu pula rupiah terpuruk dari Rp2.200/US\$ menjadi Rp15.000-an. Pada kondisi tersebut, sejumlah kalangan menilai bank sentral juga tak mampu manahan laju dollar terhadap rupiah (tak mampu menjaga stabilitas nilai tukar rupiah).

Krisis Finansial Global

Krisis berlanjut; sebab tak hanya krisis moneter 1997 yang membawa dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia sebab krisis finansial global 2008 dan krisis yang melanda zona Eropa tahun 2010 juga ikut mempengaruhi. Berkaca dari sejumlah krisis itulah makanya dibutuhkan kebijakan fiskal dan kebijakan moneter untuk menyelamatkan perekonomian Indonesia dari serangan krisis. Kebijakan fiskal adalah kebijakan ekonomi yang dilakukan oleh pihak pemerintah guna mengelola dan mengarahkan kondisi perekonomian ke arah yang lebih baik. Sementara kebijakan moneter adalah proses mengatur persediaan uang sebuah negara untuk mencapai tujuan tertentu; seperti menahan inflasi, mencapai pekerja penuh atau lebih sejahtera.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Berdiri

Singkat kata, pada tahun 2011 terjadi kolaborasi Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang menghasilkan kesepakatan untuk mendirikan sebuah lembaga yang disebut Otoritas Jasa Keuangan atau yang lebih dikenal dengan sebutan OJK. Langkah melahirkan OJK inilah yang kemudian dianggap sebagai upaya reformasi di sektor keuangan di Tanah Air.

Selanjutnya, UU No. 21 tentang OJK disahkan pada 22 November 2012. Dan baru pada 31 Desember 2012 lembaga independen ini resmi berfungsi guna menggantikan fungsi, tugas, serta wewenang pengaturan yang selama ini dilakukan oleh Kementerian Keuangan melalui Badan Pengawas Pasar Modal serta Lembaga Keuangan (Bapepam-LK).

Bagaimana dengan Bank Indonesia?

Dengan hadirnya OJK, bisa dikatakan peran dan fungsi BI jadi berkurang drastis. Selain terbatas, BI sebagai bank sentral akhirnya hanya memiliki satu tujuan. Yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Stabilitas nilai rupiah ini bermakna stabil nilai mata uang terhadap barang dan jasa, dan stabil terhadap mata uang negara lain.

OJK hadir untuk melaksanakan amanat pasal 34 ayat (1) UU nomor 6/2009

Kembali ke OJK. Secara garis besar, OJK hadir untuk melaksanakan amanat pasal 34 ayat (1) UU nomor 6/2009 tentang BI. Pasal tersebut menyebutkan: "Tugas mengawasi Bank akan dilakukan oleh lembaga pengawasan sektor jasa keuangan yang independen, dan dibentuk dengan Undang-Undang".

Selanjutnya OJK sendiri memiliki fungsi sebagai pelaksana sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di sektor jasa keuangan. Oleh karenanya, OJK bertugas melakukan pengaturan dan pengawasan terhadap kegiatan jasa keuangan di sejumlah sektor yang berkaitan dengan sistem keuangan.

Lembaga Keuangan Apa Saja yang Diawasi OJK?

Tak bisa dimungkiri bahwa saat ini OJK telah menjelma menjadi lembaga yang dipercaya dalam urusan menjamin keamanan bertransaksi setiap nasabah di semua lembaga keuangan yang terdaftar di OJK. Sebab lembaga keuangan yang terdaftar di OJK secara otomatis berada dalam pengawasan OJK dan merupakan lembaga yang sah secara hukum. Jadi jika tak mau kena tipu dalam bertransaksi, pastikan lembaga keuangan yang akan Anda gunakan itu terdaftar di OJK.

Saat ini ada ribuan lembaga jasa keuangan yang berada dalam monitoring OJK. Dari ribuan lembaga keuangan tersebut bisa dikelompokkan menjadi beberapa saja. Yaitu; perbankan, pasar modal, jasa keuangan nonbank (asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan, financial technology, lembaga keuangan khusus seperti; Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI), Perusahaan Pergadaian, Lembaga Penjamin, Perusahaan Pembiayaan Sekunder Perumahan, PT Permodalan Nasional Madani (Persero), dan PT Danareksa (Persero).

Sistem Keuangan Indonesia Butuh OJK

Di awal pembentukan OJK, banyak pertanyaan bermunculan ke publik yang mempertanyakan mengapa dalam sistem keuangan di Indonesia perlu ada OJK? Jika ditelaah lebih jauh, sejatinya memang banyak yang bisa dilakukan oleh OJK dalam rangka tugasnya sebagai pengawas bank seperti yang

diamanatkan pasal 34 ayat (1) UU nomor 6/2009 tentang BI. Namun jika diambil benang merahnya, maka OJK diperlukan untuk beberapa hal pokok di antaranya; melindungi konsumen atau nasabah dari jasa keuangan, menjaga agar sektor jasa keuangan terselenggara secara baik dan transparan, serta mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil.

Seperti diketahui bahwa OJK adalah lembaga yang independen dan memiliki tugas serta wewenang dalam pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan, termasuk kepada bank, dan lembaga keuangan non-bank seperti asuransi dan lembaga investasi keuangan.

Dalam pengaturannya, OJK menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang digunakan untuk memberikan kepastian hukum dan regulasi pada jasa keuangan. Sementara itu dalam pengawasan perbankan, OJK melakukan pengawasan rutin; terhadap bank umum (konvensional), bank syariah, maupun terhadap bank perkreditan rakyat (BPR). Dan pastinya selain hal-hal yang disebutkan di atas, dalam rangka pengawasan sektor jasa keuangan, OJK juga melaksanakan quality assurance (jaminan kualitas) terhadap bank.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat

Mengapa sistem keuangan Indonesia membutuhkan OJK? Karena di dalam visinya selain menjadi lembaga pengawas industri jasa keuangan yang terpercaya, OJK juga melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat dan mampu mewujudkan industri jasa keuangan menjadi pilar perekonomian nasional yang berdaya saing global serta dapat memajukan kesejahteraan umum. Di sini kita bisa menyimpulkan betapa pentingnya lembaga seperti OJK ini bagi sistem keuangan Indonesia.

Dalam melaksanakan fungsi pengaturan, OJK secara produktif mengeluarkan sejumlah POJK (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan) kepada seluruh sektor jasa keuangan. Begitu pun dalam hal pengawasan. Misalnya, OJK secara berkesinambungan dan rutin melakukan pengawasan terhadap bank (konvensional, syariah, dan BPR).

Dalam Pasal 34 ayat (1) UU BI menentukan bahwa tugas mengawasi bank akan dilakukan oleh lembaga pengawasan sektor jasa keuangan yang independen. Amanat Pasal 34 ayat (1) UU BI juga menekankan kepada lembaga tersebut untuk bertindak sebagai dewan pengawas (supervisory board), yang dapat mengeluarkan ketentuan berkaitan dengan pelaksanaan tugas pengawasan bank secara berkoordinasi dengan BI.

Kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Dalam perjalanannya, OJK justru diberikan kewenangan luas untuk membuat pengaturan dan pengawasan. Bahkan kewenangannya juga dapat bertindak sebagai penyidik layaknya seperti KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi). Meski telah ditentukan dalam amanat Pasal 34 ayat (1) UU BI, wewenang OJK adalah mengeluarkan ketentuan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas pengawasan bank, namun faktanya kewenangan OJK melebar hingga meliputi kegiatan mengatur, mengawasi, memeriksa, dan bahkan sebagai penyidik. Dengan ketentuan-ketentuan tersebut itulah membuat OJK menjadi lembaga super body.

OJK mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan perbankan secara nasional

Seperti diketahui bahwa maksud dan tujuan dibentuknya OJK adalah untuk mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan perbankan secara nasional. OJK sendiri memiliki wewenang dalam pengaturan dan pengawasan mengenai kelembagaan bank yang meliputi; perizinan untuk pendirian bank, pembukaan kantor bank, anggaran dasar, rencana kerja, kepemilikan, kepengurusan dan sumber daya manusia, merger, konsolidasi dan akuisisi bank, serta pencabutan izin usaha bank. Selain itu, OJK juga mempunyai fungsi pengawasan terhadap kegiatan usaha bank. Misalnya terkait sumber dana, penyediaan dana, produk hibridasi, dan aktivitas di bidang jasa. Lantas, pengaturan dan pengawasan mengenai kesehatan bank yang meliputi: (1) likuiditas, rentabilitas, solvabilitas, kualitas aset, rasio kecukupan modal minimum, batas maksimum pemberian kredit, rasio pinjaman terhadap simpanan, dan pencadangan bank; (2) laporan bank yang terkait dengan kesehatan dan kinerja bank; (3) sistem informasi debitur; (4) pengujian kredit (credit testing); dan (5) standar akuntansi bank.

Bahkan terhadap pengaturan mengenai aspek kehati-hatian bank (prudent banking), OJK memiliki tugas di antaranya; manajemen risiko, tata kelola bank, prinsip mengenal nasabah dan anti pencucian uang, juga tidak ketinggalan pencegahan pembiayaan terorisme dan kejahatan perbankan, serta pemeriksaan bank.

Kepatuhan Lokal dan Global

Setiap FinTech, layanan, level, dan geografi masing-masing memiliki seperangkat aturannya sendiri dan Anda harus menerapkan strategi tentang bagaimana dapat menggunakan regulasi untuk keuntungan pada setiap tahap pengembangan FinTech Anda. Cara mengelola proses di setiap tahap akan memiliki implikasi substansial untuk tahap selanjutnya. Anda mungkin perlu bertukar pengalaman pelanggan di bawah standar atau pertumbuhan yang cepat, misalnya, untuk mendapatkan persetujuan peraturan dalam perjalanan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan pertumbuhan yang lebih cepat di kemudian hari.

Bahkan sesuatu yang sederhana seperti regulasi dalam geografi tertentu harus dipertimbangkan dengan cermat. Misalnya, di mana Anda memilih untuk mendasarkan start-up adalah salah satu keputusan terpenting yang akan dibuat. Mungkin ada hukum lokal, nasional, dan internasional yang dapat mendukung (atau merusak) model bisnis Anda dan terserah Anda untuk menemukannya. Banyak contoh masalah global, seperti Uber yang memasuki pasar terlepas dari peraturan hukum dan khusus industri, yang mengakibatkan banyak peraturan dan tantangan serikat pekerja di tingkat lokal di beberapa negara dan kota di seluruh dunia. Yang lainnya, seperti PayPal, pertama-tama menyelidiki dengan cermat ekosistem peraturan di setiap wilayah, meluncurkan “layanan pembayaran ebay” yang sangat dasar, dan kemudian memperluas ke wilayah lain, yaitu pembayaran P2P, setelah mengetahui dengan tepat bagaimana mematuhi setiap peraturan untuk setiap layanan di setiap yurisdiksi. Memiliki aliran pendapatan yang berasal dari yurisdiksi juga membantu.

Jika Anda memiliki pendanaan multi-juta atau miliar dolar untuk bisnis global, Anda mungkin memiliki dana untuk membeli saran apa pun yang mungkin Anda perlukan dari perusahaan konsultan lokal atau global. Untuk start-up FinTech, mungkin bukan ide yang buruk untuk bermitra dengan pahlawan bank lokal berukuran sedang dan fleksibel, serta dipandu oleh beberapa pakar berpengalaman. Di seluruh wilayah geografis (China adalah cerita yang lebih kompleks), ada beberapa bank hebat dan kuat yang mengkhususkan diri dalam layanan tulang punggung FinTech, misalnya Barclays (Inggris), biw-Bank &

Fidor (Jerman), mBank (Polandia), Santander (Spain), Toronto-Dominion (Kanada), Westpac Banking Corp. (Australia), dan banyak lainnya. Dengan biaya tertentu, mereka harus mengurus banyak hal terkait regulasi sehingga dapat berkonsentrasi pada bisnis inti Anda.

Terlepas dari nasehat pembelian (*Purchase Advice*) atau kemitraan yang baik, harap diingat bahwa Anda tidak akan pernah dapat melakukan outsourcing atau mendelegasikan kepatuhan terhadap peraturan. Jika kepatuhan menjadi bagian dari perusahaan, prinsip hidup, dan DNA Anda, itu akan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan Anda.

2.3

Pemberian Pinjaman Di Abad 21

Keuangan tampaknya terlalu besar. Memang, beberapa bank masih *too big to fail* - gagasan bahwa ketika perusahaan menjadi terlalu besar, kegagalannya akan menimbulkan risiko yang lebih parah. Tetapi bagaimana jika keuangannya belum cukup besar? Layanan keuangan sangat terkonsentrasi. Sebanyak 1% rumah tangga terkaya mengontrol 20% pendapatan di Amerika Serikat, distribusi layanan keuangan konsumen dapat dilihat dengan cara yang sama - tetapi dalam skala global. Saat ini, hanya 50% orang di seluruh dunia yang memiliki rekening tabungan dan hanya 20% yang memiliki akses ke produk pinjaman dari lembaga keuangan. Ada sekitar lima miliar orang yang tidak dilayani oleh bank saat ini. Lebih dari segalanya, keuangan tidak terdistribusi dengan baik.

Sungguh mengejutkan untuk memikirkan bagaimana perbankan - salah satu industri yang paling tua, paling kuat, dan paling mengglobal - tetap sulit dipahami oleh seperlima penduduk di muka bumi ini. Hal ini juga menunjukkan bahwa bank belum menemukan cara untuk mendapatkan keuntungan dari meminjamkan kepada lima miliar orang lainnya (sementara masih mengasingkan banyak pelanggan sebenarnya karena layanan yang buruk). Tahun lalu, dalam buku putih Foundation Capital, diperkirakan bahwa platform peminjaman pasar baru akan menghasilkan pinjaman \$ 1 triliun dalam satu dekade - tetapi bagaimana jika potensi sebenarnya bahkan lebih besar? Pemberian pinjaman memiliki potensi transformatif tertinggi bagi mereka yang dikecualikan dari layanan perbankan. Bagaimanapun, melalui kreditlah uang diciptakan dalam ekonomi modern.

Data dan Teknologi Baru adalah Kunci Membuka Kredit Secara Global

Di AS, kemampuan untuk membuka rekening bank, mendapatkan kartu kredit, atau memperoleh pinjaman untuk mulai membangun kehidupan atau bisnis, semuanya bergantung pada persetujuan data biro kredit. Lending Club telah membangun bisnis bernilai miliaran dolar dengan secara akurat menentukan harga risiko peminjam yang ditagih berlebihan oleh operator kartu kredit. Platform pinjaman yang sedang berkembang menemukan cara baru untuk menerobos dan FICO terbaik - "standar emas" biro kredit. Di negara maju, bank telah menggunakan (dan tidak memanfaatkan) banyak data yang tersedia yang akan meningkatkan keputusan awal pinjaman mereka. Bank perlu menjadi lebih pintar hanya untuk mengejar kemampuan penjaminan emisi dari platform pinjaman pasar baru. Masalah data yang sama juga merugikan pemberi pinjaman non-bank. Di ujung bawah spektrum, sebagian besar

pemberi pinjaman gaji menolak untuk melaporkan riwayat pembayaran kembali klien mereka ke biro, karena mereka takut meluluskan mereka ke pinjaman berbunga rendah.

Bahkan ketika Anda memiliki penyimpanan data pembayaran kembali milik pribadi, seperti yang Anda lakukan dengan biro kredit di AS, akan sangat mahal untuk mengaksesnya. *Hard pull* (peyelidikan tingkat tinggi - penilaian kredit) dari satu biro kredit AS membuat pemberi pinjaman harus membayar antara \$ 1 dan \$ 2 dalam skala besar, bergantung pada ukurannya. Meskipun itu berfungsi dengan baik untuk pinjaman mobil atau hipotek di mana penjaminan dilakukan hanya beberapa kali dalam masa hidup konsumen, itu sepenuhnya tidak ekonomis untuk melakukannya secara teratur - seperti pinjaman bergulir dengan suku bunga yang dapat disesuaikan atau untuk jumlah pinjaman kecil ("Bisakah Anda pinjami saya beberapa dolar? Cetakan 6 bulan ini menunjukkan bahwa saya memiliki skor FICO yang bagus! ").

Di seluruh dunia, tantangannya adalah bahwa sebagian besar negara tidak memiliki biro kredit, dan dari mereka yang memilikinya, mereka hanya cenderung melaporkan perilaku pembayaran negatif (sebagai lawan dari perilaku positif dan negatif dan skor numerik). Meski demikian, cakupannya tidak merata, karena sebagian besar penduduk tidak terdaftar dalam database biro kredit. Sebagian besar pembayaran utilitas dan tagihan tidak ditangkap atau dilaporkan. Banyak organisasi masih melakukan banyak pengumpulan data dengan tangan.

Penjaminan emisi berdasarkan data perilaku, menggunakan pembelajaran mesin, jaringan saraf, dan teknik statistik canggih lainnya, akan memberikan skalabilitas yang diperlukan bagi lembaga keuangan untuk menawarkan lebih banyak kepada mereka yang masih belum memiliki akses. Ponsel membuat sebagian besar orang di dunia dapat diakses secara elektronik untuk pertama kalinya, dan menyediakan banyak data yang tidak dapat dibandingkan dengan setumpuk kuitansi tagihan bermaterai. Kecuali bank dan pemberi pinjaman tradisional menganggap diri mereka sebagai perusahaan data dan teknologi, mereka akan menjadi semakin tidak relevan.

Penjaminan berbasis biro non-kredit adalah bidang yang menunjukkan harapan besar di negara berkembang. Memang, di Cina, Skor Kredit Sosial yang dilakukan oleh Sesame Credit (bagian dari Alibaba), adalah karena skor kredit 900 juta orang sebelum 2020. Di AS dan beberapa negara berkembang lainnya, undang-undang pinjaman yang adil membatasi penggunaan banyak bagian perilaku dan data demografi untuk membuat keputusan kredit. Saya percaya transisi di seluruh dunia dari ponsel berfitur ke ponsel pintar sebagian besar akan selesai dalam satu atau dua siklus penggantian (maksimum 5-10 tahun), dan pada saat itu penggunaan data ponsel secara komprehensif untuk membuat keputusan penjaminan emisi konsumen akan menjadi norma.

Ada peluang besar di depan, dan identitas baru dapat muncul melalui teknologi baru. Blockchain bitcoin memiliki potensi besar di sini. Bab ini tidak akan membahas tentang bitcoin, tetapi mengingat sifat blockchain yang terdistribusi, kemunculan biro kredit terdesentralisasi dengan jangkauan global sekarang menjadi kemungkinan nyata. Menggunakan buku besar blockchain untuk membuat repositori global dari transaksi kredit dunia akan membentuk cara baru untuk menangani penjaminan emisi dan risiko dengan data yang sebelumnya tidak tersedia. Gagasan tentang peminjam file tipis atau tanpa file dapat menjadi tidak relevan - orang dan perusahaan akan memiliki akses penuh dan instan ke riwayat kredit lengkap mereka, dan memanfaatkannya untuk mengakses dana di negara mana pun, terlepas dari berapa lama ini, peminjam potensial telah ada. Gagasan tentang portabilitas data di seluruh biro

kredit sejauh ini belum pernah terdengar. Bagi konsumen, biaya peralihan lembaga keuangan (moneter dan kenyamanan) akan berkurang drastis. Untuk mempertahankan klien, bank harus bersaing pada tingkat layanan dan harga.

Meningkatkan Frekuensi Transaksi Dengan Menurunkan Biaya

Setiap hari kebanyakan orang Amerika menggunakan kartu kredit mereka untuk membeli bahan makanan, tagihan listrik, atau jalan-jalan malam di kota. Dikenakan biaya - pedagang membayar kira-kira 30 sen ditambah 3% dari nilai transaksi - dan meskipun mahal, pedagang memenuhinya karena kemudahan yang ditawarkan kartu kredit kepada pelanggan mereka. Mengingat sebagian besar pengecer memiliki margin bersih 5–10% , mengambil pembayaran dengan kartu kredit sering kali menghapus setengah atau lebih dari keuntungan mereka! Selanjutnya, bayangkan Anda adalah seorang pedagang yang juga merupakan bagian dari tiga miliar orang (50% dari populasi dunia) yang hidup dengan lebih dari \$ 2,50 sehari. Biaya tetap kartu kredit 30 sen tidak bertambah. Siapa yang akan membayar sepertiga dari pendapatan mereka (ditambah pajak, yang seringkali tidak dikumpulkan dari transaksi tunai) hanya untuk menggesek kartu?

Dalam hal ini, bitcoin - uang digital - sangat berpotensi untuk menurunkan biaya transaksi. Siapa pun dapat mengirim ribuan bitcoin ke seluruh dunia semudah mengirim seperseratus bitcoin, tanpa menimbulkan biaya transaksi atau pengiriman uang. Selain itu, tidak seperti uang tunai, rincian informasi lengkap tentang transaksi dapat dilampirkan padanya, dan diprogram untuk dicairkan hanya setelah kondisi apa pun yang telah disepakati terpenuhi — semuanya tanpa biaya tambahan. Ini semua tentang mengurangi biaya pemindahan uang!

Sebagian besar biaya untuk menyimpan dan memindahkan saldo kecil akan dihilangkan sebuah sistem (akhirnya termasuk asuransi simpanan). Pengiriman elektronik dan pencairan dana secara instan akan dilakukan melalui ponsel. Amortisasi harian dimungkinkan untuk pinjaman mikro. Bayar saat Anda pergi, layanan keuangan di depan mata. Dengan meningkatnya frekuensi transaksi, di semua layanan keuangan, kemampuan semua peserta (baik pelanggan dan pemberi pinjaman) untuk bereaksi lebih baik dan mencegah guncangan keuangan akan meningkat secara dramatis.

Non-bank, sambil tetap menghasilkan keuntungan dan melayani lebih banyak klien, akan menjalankan banyak fungsi bank dengan lebih baik. Wajar jika penyedia layanan yang lebih sering berinteraksi dengan klien (ponsel, pengecer, penyedia internet) melakukan banyak fungsi hubungan konsumen. Dalam banyak skenario, bank perlu bermitra dengan penyedia berbiaya rendah tersebut agar tetap kompetitif dan relevan dengan konsumen yang baru pertama kali merasakan layanan keuangan. Orang benar-benar bertanya - tanya bank apa yang akan menggunakan cabang mereka selama 20 tahun dari sekarang!

Perubahan Akan Datang, Termasuk Bank di Sekitar Kita

Sistem perbankan saat ini tidak siap untuk menjalankan tugas yang menantang untuk beradaptasi dengan lanskap digital baru. Bank sebagian besar menggunakan infrastruktur teknologi warisan terpusat, dan sangat bergantung pada cabang yang mahal dan proses manual. Selain itu, mengingat peran mereka dalam krisis keuangan baru-baru ini, mereka akan terus menghadapi kendala permodalan dan regulasi yang meningkat . Bank akan terus menarik pinjaman dari klien yang “berisiko”. Mengingat

basis biayanya yang tinggi, bank tidak mampu menanggung dan meminjamkan uang dalam jumlah kecil, karena akan nyaman bagi klien. Di bawah struktur biaya ini, bank sangat bergantung pada harga dan penalti yang rumit untuk menghasilkan uang - tidak perlu menahan cadangan modal untuk mendapatkan keuntungan. Ambil cerukan, yang meningkat \$ 30 milyar + dalam biaya per tahun, pada Otomat pinjaman cerukan ini dari kurang dari \$ 30 milyar + per tahun. Satu studi FDIC menemukan bahwa konsumen rata-rata akan membayar APR tersirat sebesar 3520% pada cerukan ATM senilai \$ 24 (dengan biaya cerukan rata-rata sebesar \$ 34) - jika cerukan tersebut dibayar kembali dalam dua minggu. Sebagai perbandingan, pada tahun 2007, total biaya cerukan adalah \$ 17,5 miliar, sehingga jenis lini ini telah tumbuh dengan CAGR 9% yang "sehat" sejak saat itu.

Platform pinjaman pasar memegang kunci untuk menjadi raja keuangan yang signifikan dan terdistribusi sebagaimana mestinya. Merangkul sumber data baru dan teknik penjaminan emisi, serta menggunakan teknologi yang memungkinkan fitur pengurangan biaya seperti bitcoin dan blockchain, adalah tempat peluang skala massal berikutnya akan terbuka. Pinjaman dalam abad 21 datang dengan janji transformasi dunia. Pasar yang dapat di garap sangat besar - lima miliar orang calon konsumen. Ada banyak pinjaman yang belum diberikan, dan satu dari tiga di antaranya mungkin baru permulaan.

2.4

Inovasi Fintech Dan Kartu Identitas Digital

Kartu Identitas berubah. Jika secara historis didasarkan pada keluarga, klan, dan reputasi, sekarang diatur oleh negara - petahana dalam bentuk yang paling benar. Kartu plastik instrument pembayaran atas kartu yang diterbitkan oleh bank atau lembaga pembiayaan yang lain yang dapat digunakan untuk alat pembayaran atas transaksi barang atau jasa, dan dapat digunakan untuk penarikan tunai, seharusnya menjadi mekanisme untuk siapa kita, dari mana kita berasal, dan apakah informasi ini sah. Sesuatu yang perusahaan dan individu mempertaruhkan masa depan mereka dan sejarah mereka.

Kartu Identitas adalah bagian penting dari infrastruktur global yang menopang setiap elemen kehidupan kita. Kami sekarang berada di dunia yang terlalu maju untuk infrastruktur identifikasi kami saat ini. Saat kita berpindah dari dunia fisik ke dunia digital, identitas belum mendorong inovasi transformatif apa pun. Namun, bukan hanya identitas yang berubah. Konsep uang juga sedang mengalami perubahan yang sama besarnya - 2015 diprediksi akan menjadi tahun penting ketika transaksi digital mengambil alih uang tunai. Dengan dua tren yang ada, kemungkinan yang kita butuhkan untuk bertransaksi adalah identitas kita. Bukankah konsep pembayaran hanyalah dua entitas yang bertukar nilai? Jika Anda melihat pada uang kertas £ 10, "Saya berjanji untuk membayar pemiliknya", itu adalah mekanisme kepercayaan, kecuali dengan uang tunai fisik, kepercayaan itu disimpan di bank pemerintah.

Di Amerika, pada awal 1950-an, karena kurangnya infrastruktur perjalanan lintas negara, transaksi terjadi di dalam desa dan kota. Sebagian besar pedagang mengetahui nama pelanggan mereka, dan oleh karena itu akan menyimpan buku kredit untuk setiap pelanggan, yang akan melunasi utangnya setiap bulan, karena takut dilarang dari toko. Namun dengan tumbuhnya jaringan kereta dan jalan raya, orang-orang mulai berpindah ke negara bagian lain. Menilai kelayakan kredit seseorang menjadi hampir mustahil. Kemudian, pada tahun 1960, seorang insinyur IBM bernama Forrest Parry, yang sedang mengembangkan jenis kartu identitas baru untuk CIA, mendapat pencerahan: Mengapa tidak menjadikan setiap kartu sebagai perangkat penyimpanan data kecil dengan sendirinya? Dia memotong

pita magnet pendek selebar setengah inci dari gulungan dan membungkusnya di sekitar kartu plastik kosong, mengamankannya dengan selotip Scotch, dan kemudian, atas saran istrinya, menekannya dengan setrika hangat. Strip magnetik lahir. Saat melakukan pembayaran, ini di samping tanda tangan Anda telah menjadi pemeriksaan identitas nyata dan sesungguhnya selama lebih dari 50 tahun.

Jika Tidak Rusak, Tak Perlu Perbaiki

Namun, peretasan data pembayaran berada di titik tertinggi sepanjang masa pada tahun 2014, dengan peningkatan 21% dari tahun sebelumnya. Home Depot percaya bahwa serangan dunia maya pada awal tahun itu memengaruhi 56 juta kartu pembayaran unik sebagai bagian dari pelanggaran keamanan ritel terbesar dalam sejarah. Javelin Strategy & Research menemukan bahwa \$ 16 miliar telah dicuri dari 12,7 juta konsumen AS pada tahun 2014, atau dengan kata lain ada korban penipuan identitas baru setiap dua detik pada tahun 2014.

Kartu Identitas Digital bagaimanapun, menjangkau jauh lebih dari sekedar pembayaran. Penulis artikel New York Times merinci bagaimana pelanggaran data perawatan kesehatan baru-baru ini membuat anaknya terpapar pencurian identitas yang dapat menghalanginya selama sisa hidupnya, karena nomor Jaminan Sosialnya dicuri. Sejak 2005, lebih dari 675 juta catatan data telah terlibat dalam pelanggaran data di AS saja, menurut Pusat Sumber Daya Pencurian Identitas. Dengan tingkat informasi ini, penipu dapat membuat rekening bank baru atau mengambil pinjaman atas nama orang yang sebenarnya. Peluang penipu sebagian besar disebabkan oleh banyaknya akun online yang dimiliki orang saat ini. Experian menemukan bahwa rata-rata, penduduk Inggris Raya akan memiliki sekitar 26 akun, sedangkan renatng usia 25 – 34 tahun lebih cenderung memiliki 40, dan sekitar 25% hanya menggunakan sandi yang sama untuk sebagian besar akun mereka, daripada membuat kata sandi unik per situs.

Beberapa orang berpendapat bahwa menghubungkan Kartu identitas dan pembayaran menyebabkan hilangnya perlindungan data dan anonimitas. Sanggahan terdiri dari fakta bahwa ada perbedaan antara privasi dan anonimitas. Penggunaan kartu hadiah Amazon dalam industri layanan webcam dewasa (hai ini diketahui melalui penelitian, bukan pengetahuan langsung) berarti bahwa pengguna hanya perlu berbagi pengenalan seperti alamat email untuk membuat transaksi, oleh karena itu melindungi privasi mereka. Mereka yang berpegang pada gagasan anonimitas melalui transaksi tunai tidak punya banyak pilihan. Eric Karson, Profesor Hukum Pemasaran dan Bisnis di Villanova School of Business, percaya bahwa 20 tahun dari sekarang, uang kertas dan koin akan hampir punah, sebagian karena biaya produksi mata uang akan terus meningkat, dan penolakan pelanggan semakin meningkat. pasti akan melemah pada akhirnya. "Seiring berjalannya waktu, semakin banyak konsumen akan semakin nyaman dengan segala hal yang bersifat digital. Anak-anak suatu saat pasti akan tumbuh dewasa. Akan ada semakin sedikit pemisahan antara kehidupan digital mereka dan kehidupan mereka secara umum. "

Jadi, mari kita semua melompat dan berlayar menuju dunia baru dengan identitas dan kepercayaan digital - ada perusahaan tertentu yang ada mencoba untuk mengendalikan alat ini:

Social Login

Menurut wikipedia, social login yang juga dikenal sebagai social sign-in, adalah bentuk single sign-on menggunakan informasi login yang sudah ada dari layanan jejaring sosial seperti Facebook atau Twitter untuk masuk ke situs pihak ketiga sebagai pengganti membuat akun login baru khusus untuk situs web tersebut. Hal ini dirancang untuk menyederhanakan login bagi pengguna akhir serta memberikan informasi demografis lebih banyak dan lebih dapat diandalkan untuk pengembang web. Login sosial sering dianggap sebagai pintu gerbang ke banyak tren terbaru dalam perangkat lunak sosial dan social commerce karena dapat digunakan sebagai mekanisme untuk otentikasi dan otorisasi.

Ini telah diadopsi secara luas oleh bisnis dan konsumen, yang membujuk pengguna untuk memverifikasi identitas mereka dan masuk ke situs web dan aplikasi seluler menggunakan profil yang ada dari jaringan seperti Facebook dan LinkedIn. Ini tidak hanya menciptakan pengalaman yang lebih efisien bagi konsumen, tetapi juga memungkinkan pemasar untuk menangkap dan memanfaatkan data identitas sosial pihak pertama yang kaya - menakutkan, meskipun pengguna jelas tidak keberatan - Login dengan Facebook digunakan lebih dari 10 miliar kali pada tahun 2013 saja .

Twitter Digits

Pada akhir 2014, perusahaan jejaring sosial Twitter memperkenalkan Digits, sebuah alat yang memungkinkan pengguna untuk mendaftar ke aplikasi seluler dan mengautentikasi identitas mereka tanpa perlu membuat kredensial login baru. Daripada membuat nama pengguna dan kata sandi baru, konsumen dapat masuk menggunakan nomor telepon seluler mereka - mekanisme identifikasi yang sudah mereka gunakan setiap hari, menghilangkan kelelahan kata sandi bagi pengguna, dan mengurangi jumlah spam atau akun tidak aktif yang harus ditangani oleh pengguna. Seseorang mendaftar menggunakan nomor teleponnya, menerima kode SMS, memasukkan kode tersebut ke dalam bidang verifikasi, dan prosesnya selesai.

Apple Touch ID

Diperkenalkan untuk Apple 5S, ini adalah kombinasi sidik jari biometrik, lokasi GPS , dan tokenisasi. Natwest dan RBS di Inggris saat ini menggunakannya sebagai pengganti kata sandi untuk login akun, dan ini adalah titik fokus untuk keamanan Apple Pay, menjadikannya lebih dari sekadar kartu debit / kredit dalam hal keamanan. Satu untuk diperhatikan dalam beberapa tahun mendatang.

Trulio

Trulio adalah “biro identitas” berbasis sosial pertama di dunia yang menyediakan API yang menampilkan tingkat keamanan tingkat bank, untuk memverifikasi pengguna di seluruh dunia secara instan. Trulio telah menciptakan produk verifikasi identitas yang menggabungkan data identitas tradisional dan dunia maya, memungkinkan organisasi untuk memverifikasi orang secara online terlepas dari lokasi, ras, kepercayaan, warna kulit, situasi, keadaan, atau lingkungan - di mana saja dan kapan saja. Sementara aplikasi ini mencoba untuk membuat solusi untuk masalah kata sandi, saya pikir kita perlu melihat lebih dalam dan berpikir lebih besar. Manajemen identitas telah diidentifikasi sebagai salah satu tantangan paling penting untuk diatasi - jika kita tahu persis siapa yang membuat / menerima pembayaran secara global, sistem keuangan akan lebih aman (menghindari penipuan, ekonomi pasar hitam, dll.). Dan oleh karena itu mengarah ke lebih lanjut pertumbuhan ekonomi.

“Identitas” bukanlah gagasan sederhana. Orang dapat memiliki banyak identitas yang saling tumpang tindih yang fundamental bagi kepribadian mereka. Identitas dapat memberikan pengaruh yang kuat pada kesehatan dan kesejahteraan komunitas, dan sejauh mana mereka dapat membangun modal sosial.

Prinsip utama dari negara polisi yang diatur dengan baik adalah sebagai berikut: Bahwa setiap orang harus pada setiap waktu dan tempat... dikenali sebagai ini atau orang tertentu. Johann Gottlieb Fichte (1796)

Identitas digital bukanlah tentang kontrol, ini tentang kejujuran.

Internet saat ini merupakan sesuatu yang mengingatkan kita pada Wild West. Kecuali bukan penjahat, ada peretas dan penipu. Saat ini derajat dimana entitas topi hitam ini beroperasi terutama menyebabkan kerugian digital. Tetapi dunia digital dan fisik kita menjadi kabur - seperti halnya pembayaran, mereka adalah satu, semuanya tentang konektivitas dan interaksi. Dengan munculnya robotika, internet of things, dan kecerdasan buatan, mungkin bukan rekening bank kita yang diretas, tetapi berpotensi pada pesawat terbang kita atau robot penolong kerabat lansia. Saya sangat optimis tentang AI. Di tangan yang tepat, ia bisa berbuat lebih banyak untuk umat manusia daripada inovasi lainnya hingga saat ini. Namun di tangan yang salah itu bisa menjadi bencana besar, karena ini berhubungan kembali dengan identitas.

Visinya adalah untuk "White Space" - ruang kosong di internet. Konsep yang dibangun di atas jaringan, bukan kartu indeks dalam lemari arsip. Data dibagikan antar entitas untuk menciptakan pandangan yang lebih holistik tentang individu atau entitas. Reputasi, bukan regulasi, yang akan menghidupkan kepercayaan dalam pertukaran ekonomi. Politisi Edmund Bohun pada tahun 1696 menyatakan bahwa tidak ada uang tunai di Inggris sehingga “tidak ada perdagangan yang dikelola selain dengan kepercayaan”. Karena kemajuan teknologi buku besar yang terdesentralisasi, sekarang dimungkinkan untuk merekam, baik itu paspor atau rekening bank, untuk dienkripsi dan divalidasi di antara semua peserta di jaringan. Saya berbicara tentang blockchain, infrastruktur tempat bitcoin berada. Saat ini buku besar terdesentralisasi terbesar pada tahun 2015, dan oleh karena itu yang paling aman dari kegagalan - seperti halnya jaringan, ukuran matter. Bagi semua yang terlibat dalam teknologi blockchain, ini terdengar tidak berskala, dan memang demikian. Harus ada efisiensi yang dibuat untuk hal ini - seiring pertumbuhan jaringan, tidak setiap record perlu disetujui pada setiap node. Kuncinya adalah kekuatan jaringan yang membuat informasi disimpan sedemikian rupa sehingga perubahan yang tidak sah tidak mungkin dilakukan, dan oleh karena itu jaringan dapat dipercaya.

Kami kemudian dapat membuat safe harbour di mana hanya “identitas divalidasi” yang dapat berinteraksi dan bertransaksi, di mana orang-orang secara permanen terhubung ke jaringan. Tapi itu harus lebih dalam dari sekedar login biometrik ke telepon, itu harus menjadi jaringan konektivitas dengan titik sentuh biasa yang mengkonfirmasi atau mempertanyakan identitas. Web ini informasi pada dasarnya akan membuat diri policin jaringan yang tidak perlu akan intaian atau dipantau dengan cara itu saat ini. Oleh karena itu, hal itu akan membawa kita kembali ke sesuatu yang mengingatkan pada abad ke-17, dan pentingnya reputasi. Sebuah waktu di mana individu mengambil kebanggaan dalam bagaimana mereka conducted diri dalam semua aspek bisnis, sosial, dan kehidupan pribadi mereka. Sesuatu yang, semua orang akan berpikir setuju, hanya dapat membantu peradaban saat ini.

Pada bulan Maret 2015, Level39, komunitas teknologi terbesar di Eropa di bidang keuangan, ritel, keamanan dunia maya, dan teknologi kota masa depan yang berbasis di Canary Wharf di London, merayakan ulang tahun keduanya. Ini memberi kesempatan besar untuk mengambil apa yang telah kami pelajari selama dua tahun sebelumnya dan menantikan masa depan FinTech. Kami membuat beberapa prediksi dan yang paling menggiurkan adalah raksasa media sosial Facebook, jika memilih untuk melakukannya, bisa menjadi bank non-bank. Hanya dua minggu kemudian, Facebook mengumumkan Facebook Pay. Begitulah langkah perubahan yang menarik yang mempengaruhi industri. Ini juga merupakan peluang terbesar.

Bagi sebagian orang, Facebook menjadi pemain jasa keuangan utama yang mampu menyaingi raksasa saat ini mungkin merupakan pernyataan yang aneh. Tetapi jika kita menjelajahi beberapa alasan di baliknya, beberapa kemungkinan yang menarik dan sepenuhnya mengganggu untuk sektor FinTech secara keseluruhan mulai muncul.

Pertanyaan besar yang dihadapi organisasi jasa keuangan yang mapan, dari bank hingga perusahaan asuransi dan seterusnya, adalah apakah mereka dapat memperoleh kembali kepercayaan konsumen untuk melindungi perbankan ritel dan swasta mereka, serta bisnis yang berhubungan dengan konsumen. Krisis keuangan telah memakan banyak korban, termasuk perbankan dan perusahaan asuransi. Ketidakpastian tambahan untuk semua ini adalah apakah konsumen dapat mempercayai pemerintah, dan saat ini hal ini terjadi di tempat-tempat seperti Yunani - dengan lebih banyak ketidakpastian yang akan datang. Ketidakpercayaan pada apa pun yang dapat disatukan oleh konsumen karena layanan keuangan tradisional berjalan pada tingkat yang tidak nyaman, dan bisa jadi menjadi endemik. Tetapi pertanyaan yang lebih menarik yang akan perlu ditanyakan bukanlah apakah bank dapat memperoleh kembali kepercayaan, dan apakah mereka terus mencoba mengembalikan kepercayaan yang hilang. Sebaliknya, haruskah kita memikirkan kembali model layanan keuangan untuk memungkinkan munculnya gelombang merek baru yang berhadapan dengan konsumen, dengan bank tradisional menjadi bank layanan di balik merek baru ini?

Pengikisan kepercayaan pada perbankan ritel tentu saja sebagian merupakan fungsi dari penyimpangan bank dari tujuan awal mereka untuk menjaga keamanan uang kita, sebagai imbalannya Anda dapat melihat tanda-tanda menarik dari fluktuasi nilai bitcoin (secara efektif non-sovereign - mata uang, dengan hanya kepercayaan penggunaannya yang mendukung nilainya), yang cenderung naik ketika ada sentimen negatif atau ketidakpercayaan terhadap perbankan dan keuangan tradisional. Jika, misalnya, orang Yunani menemukan bahwa mereka tidak dapat menarik uang tunai dari bank, tetapi mereka dapat menerima pembayaran untuk produk mereka dalam bitcoin, dan jika mereka dapat membeli lebih banyak barang dengan bitcoin tersebut (secara instan dan tanpa biaya bank), lalu siapa bisa menyalahkan mereka karena beralih?

Tetapi pertimbangkan ini: jika penyedia layanan keuangan tradisional mereposisi diri mereka sebagai "infrastruktur" atau bank layanan, atau penjamin layanan di belakang merek non-keuangan baru yang tepercaya, mereka mungkin tidak perlu lagi berjuang untuk tetap menjadi merek ritel yang mahal. Hal ini akan menciptakan peluang bagi merek dengan kepercayaan konsumen yang lebih baik untuk muncul

sebagai pemain jasa keuangan yang berpotensi sangat kuat, karena pasar terbuka untuk persaingan dari platform yang sama sekali baru. Penantang online ini akan menikmati hak istimewa untuk membangun platform yang sangat efisien dari awal tanpa biaya finansial atau reputasi untuk mendukung warisan. Dengan demikian, mereka mungkin merasa lebih mudah untuk memenuhi persyaratan regulasi baru yang diminta dari industri. Mereka pasti akan ditempatkan dengan baik untuk mencapai satu tampilan pelanggan yang merupakan sesuatu yang telah menghindari bank lama untuk Anda.

Tetapi apakah ini benar-benar akan terjadi? Tanda-tanda awal menunjukkan 'ya' dan laju perubahannya begitu cepat. Hanya dalam satu tahun kami telah melihat Facebook meluncurkan pembayaran *friend-to-friend payments* (gratis bayar ke teman), Atom meluncurkan bank penantang berbasis aplikasinya, Alibaba, platform e-commerce terbesar di China, membuka Mybank online, dan Amazon menawarkan pinjaman kepada UKM yang menjual melalui peron. Potensi Facebook dalam konteks ini sangat fenomenal. Lebih dari platform media sosial lainnya, Facebook adalah penjaga narasi kehidupan kita. Sementara perdebatan yang sedang berlangsung tentang kemarahan privasi dan komentator bergumul dengan keharusan kebijakan, satu fakta tetap: Facebook tahu hal-hal tentang kita yang tidak diketahui perusahaan lain. Ergo, yang berada dalam posisi tak tertandingi untuk menawarkan produk jasa keuangan kepada kami karena mereka dapat mengevaluasi permintaan, risiko, dan karakter potensial, dengan cara yang lebih kaya dan lebih dalam dari yang pernah mungkin dilakukan sebelumnya. Tidak seperti lembaga pemeringkat kredit tradisional, kumpulan wawasan pribadi Facebook menambahkan lebih banyak lapisan pada penilaian risiko daripada pukat konvensional melalui data warisan, sejarah transaksional, dan daftar pemilih. Oleh karena itu, ia memindahkan proses dari pijakan numerik yang sebagian besar satu dimensi ke dimensi perilaku dan tematik yang sama sekali lebih.

Kontributor utama dari krisis keuangan adalah proses asal mula dan penjaminan perusahaan hipotek. Jika pemberi pinjaman tersebut memiliki sinyal tambahan, seperti sistem lampu lalu lintas sederhana berdasarkan profil berbasis narasi kehidupan dan hanya meminjamkan ke "hijau" dan "kuning", menurut Anda apakah sekuritas beragun hipotek ahli waris akan memiliki lebih aman? Firasat saya benar-benar ada, terutama jika nilai dan risiko tertinggi, sebenarnya dari sekuritas yang "dikemas" itu dibuat transparan secara instan melalui inovasi FinTech seperti kebenaran yang terwujud dalam blockchain yang tak terhapuskan. Ambisi sepenuhnya Facebook dalam layanan keuangan baru saja mulai terlihat, tetapi yang jelas adalah keuntungan mengganggu yang fenomenal yang akan dimiliki Facebook jika memilih untuk memasuki sektor ini secara tepat. Jika ditangani dengan baik, dan dengan transparansi yang meyakinkan, langkah serius ke layanan keuangan dapat sangat menyenangkan komunitas mereka.

Jika, demi argumen, kami menganggap Facebook sebagai merek yang agak lebih tepercaya daripada banyak bank saat ini, fakta bahwa mereka dapat bersaing sangat agresif dengan menawarkan layanan pembayaran gratis adalah hal yang baik bagi konsumen. Ini mengurangi biaya konsumen dan memberikan pilihan yang lebih baik. Bagi mereka yang kekurangan bank karena anggaran rumah tangga yang ketat, penghematan beberapa pound untuk pembayaran yang buruk selama setahun dapat menjadi signifikan.

Namun model ini menunjukkan kebutuhan akan hubungan kepercayaan yang benar-benar baru. Konsumen harus yakin bahwa mereka mempercayai "bank non-bank" baru mereka dengan data mereka. Jadi perlu ada janji baru. Jika sebelumnya bank berjanji untuk membayar pemiliknya dengan perak, janji baru tersebut mungkin merupakan jaminan untuk tidak membagikan data Anda, yang akan

menjadi bank data Anda dan menjaganya tetap aman. Atau apakah mereka benar-benar melangkah lebih jauh? Janji baru kepada pemiliknya sebenarnya dapat berupa: “Jika Anda memercayai saya untuk menjaga keamanan data Anda, saya akan mengoptimalkan nilainya dengan membantu Anda memonetisasinya.” Ditambah, tentu saja, layanan keuangan gratis seperti yang diberikan.

Ada potensi volume data berkelanjutan yang sangat besar yang dapat diambil dari persetujuan narasi keuangan pelanggan. Monetizer data terbaik dunia seperti Facebook, Google, dan Twitter secara alami dapat menjanjikan untuk membayar Anda, pemiliknya, dalam beberapa bentuk kredit finansial. Intinya, bank non-bank dapat membayar Anda “bunga” atas simpanan data Anda. Ini adalah bentuk janji yang sama sekali baru yang mungkin disebar oleh industri. Tetapi hal-hal tidak pernah sesederhana itu dan tidak semuanya menyenangkan bagi pendatang baru di sektor jasa keuangan yang sudah mapan. Karena mereka baru di pasar, ada risiko secara signifikan meremehkan skala teknis dan persyaratan peraturan untuk memberikan layanan yang saat ini biasa kita gunakan dari bank-bank yang sudah mapan. Sementara pendatang baru mungkin menikmati periode bulan madu mereka, ini dapat dengan mudah memburuk jika konsumen digital yang canggih menghadapi antarmuka pengguna kelas dua atau latensi dalam transaksi.

Lebih buruk lagi, kegagalan apa pun untuk melindungi data pelanggan seperti yang diharapkan pelanggan layanan keuangan bisa sangat menghancurkan. Dan tentu saja, para pemain baru juga menghadirkan kanvas kerentanan yang lebih luas bagi para peretas. Semakin banyak sistem dengan lebih banyak data untuk diretas, semakin besar kerentanannya. Pendatang baru di pasar perlu mengejar ketertinggalan yang serius untuk memahami, meniru, atau memang meningkatkan sistem kepemilikan yang sudah mapan untuk melindungi pelanggan. Tapi satu hal yang pasti - teknologi akan berhasil. Para pakar IT akan belajar dengan cepat apa yang harus mereka lakukan untuk memberikan kompetitif, layanan aman untuk kualitas, diperlukan standar, dan kekakuan regulasi. Dan ketika mereka melakukannya, potensi penuh dari bank non-bank akan menjadi lebih jelas.

Bagaimana, misalnya, jika satu (atau kolaborasi) merek layanan keuangan baru menciptakan volume transaksi yang cukup untuk memungkinkan “penjaringan”? Ini adalah konsep dari sektor telekomunikasi, di mana para operator saling bersekutu untuk memulai dan mengakhiri panggilan di infrastruktur masing-masing dan membayar biaya bersih pada akhir setiap bulan. Jika diterapkan pada platform perbankan ritel baru, jaringan digital akan memungkinkan transaksi dalam jumlah besar untuk mengesampingkan kebutuhan transfer nilai melalui jaringan yang sudah mapan. Jelas, peluang untuk Facebook atau Alibaba dalam konteks ini sangat penting.

Orang yang skeptis mungkin menanyakan satu pertanyaan sederhana namun relevan; bisa merek baru dengan tidak ada pengalaman sama sekali dalam jasa keuangan berhasil sebagai bank, perusahaan asuransi, atau penyedia layanan keuangan lainnya? Dari perspektif branding murni, ada beberapa preseden afirmatif. Sebagai sebuah merek, Virgin adalah sebuah label rekaman sebelum itu bank (meskipun bank yang sekarang menawarkan Sex Pistols kartu kredit). Dan Bank Standar Rusia, dengan 28 juta pelanggan dan 53.000 titik penjualan di 1.800 kota, adalah merek vodka terkemuka ketika pemilik wirausaha pindah ke perbankan. Saat ini, vodka dan bank hidup berdampingan dengan cukup sukses di bawah identitas merek dan loyalitas konsumen. Jadi, dari perspektif merek, kebangkitan bank bukan bank sangat mungkin terjadi. Apalagi dengan pekerjaan fenomenal yang dilakukan oleh para pengusaha untuk meningkatkan kontrol akses, untuk mengembangkan otentikasi yang tidak salah dan, dengan dukungan dari regulator dan Departemen Keuangan, untuk mendorong bank untuk membuka platform mereka dengan aman melalui API.

Desain sebelumnya merupakan renungan di sektor jasa keuangan. Namun ini telah berubah total karena layanan keuangan bersaing dengan merek konsumen paling terkenal untuk pelanggan. Desain yang baik secara strategis penting dan juga memberikan pedoman untuk pengalaman pengguna (UX) yang baik di FinTech. Jika orang asing di jalan meminta detail bank Anda, apakah Anda akan memberikannya? Dan jika dia mengatakan akan menggunakannya untuk membantu Anda dengan perencanaan keuangan, apakah Anda akan membagikannya? Dan terakhir, jika Anda mengetahui dia bekerja untuk organisasi tepercaya, yang diberi wewenang oleh *Financial Conduct Authority*, apakah hal itu akan membujuk Anda untuk membocorkan detail keuangan Anda? Jenis percakapan ini biasa terjadi di dunia FinTech. Baik di dunia nyata maupun digital, pelanggan memutuskan berdasarkan kesan pertamanya dan biasanya mengandalkan kepercayaan dan integritas hubungan yang dirasakan. Mendesain UX untuk FinTech adalah tentang interaksi ini dan membangun hubungan tepercaya antara pengguna akhir dan produk.

DESAIN UX = Uang Besar

Perubahan desain tombol meningkatkan pendapatan tahunan pengecer online besar sebesar \$ 300 juta. Expedia meningkatkan keuntungan sebesar \$ 12 juta dengan mengubah desain proses pendaftaran mereka. Dan laporan baru-baru ini dari perusahaan modal ventura Kleiner Perkin di San Francisco menunjukkan peran penting desain dalam keberhasilan Hari ini, solusi baru lebih sedikit tentang teknologi aktual dan lebih banyak tentang pengalaman dan nilai yang mereka ciptakan untuk pengguna. Banyak perusahaan FinTech belum sepenuhnya menggunakan UX yang bisa menjadi risiko kesuksesan produk. Bab ini memberikan pengantar singkat tentang UX di FinTech bersama panduan dari pengalaman kami sendiri yang diharapkan akan mendorong pemikiran seputar topik ke depan. perusahaan baru dan teknologi baru.

Definisi untuk UX

Mari kita mulai dengan definisi formal. "Pengalaman pengguna mencakup semua aspek interaksi pengguna akhir dengan perusahaan, layanannya, dan produknya." *User Experience* atau UX adalah cara atau pengalaman seseorang dalam merasakan sesuatu, Seperti sebuah produk, sistem, atau jasa. Desain UX sendiri merupakan sebuah proses untuk menciptakan produk yang memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepuasan pengguna dengan meningkatkan kegunaan, aksesibilitas, dan kesenangan yang disediakan oleh interaksi antara pengguna dan produk (seringkali digital). Desain UX mencakup desain interaksi, desain visual, desain motion, penelitian pengguna, dan lainnya. Ini adalah unsur penting dalam pendekatan pengembangan produk yang berhasil.

Sebagai contoh, sebuah ponsel dengan layar yang cukup besar lebih disukai. Dengan begitu maka Desainer UX harus berpikir bagaimana cara terbaik menempatkan suatu tombol. Jika layarnya cukup lebar, Tombol di sudut kiri atas akan membuat pengguna merasa sulit untuk mencapai tombol itu dengan satu tangan. Maka dari itu, Penempatan yang paling optimal untuk tombol ini adalah sudut kiri bawah, dimana pengguna dapat dengan mudah menyetuk tombol dengan ibu jari mereka.

UX dan FinTech

Lebih dari 15 juta aplikasi perbankan telah diunduh di Inggris dan hampir 80% pelanggan bank menggunakan perbankan online atau seluler setidaknya sebulan sekali. Layanan keuangan sedang merangkul revolusi digital. Organisasi keuangan mulai memahami peran penting UX dalam pengalaman pelanggan dan loyalitas merek secara keseluruhan. Semakin banyak yang membentuk tim desain internal dengan merekrut bakat dan mengakuisisi agensi UX atau perusahaan teknologi yang dipimpin UX. Bank Capital One, misalnya, telah mengakuisisi agensi desain UX terkemuka, Adaptive Path, dan aplikasi keuangan pribadi yang dipimpin UX, Level Money, untuk dengan cepat menciptakan kumpulan bakat desain internal yang luar biasa.

Namun, sifat jasa keuangan memberikan tantangan khusus untuk merancang pengalaman hebat. Lingkungannya yang sangat diatur membutuhkan keamanan dan perlindungan data, identifikasi yang kuat, dan prosedur otentikasi dan bergantung pada infrastruktur yang ada, kuno, tetapi penting. Kondisi ini seringkali mengancam interaksi yang optimal.

Contoh: Kata Sandi yang bisa membuat bingung

Untuk melindungi data dan uang kami, layanan memeriksa apakah kami seperti yang kami katakan. Otentikasi ini sering kali sangat bergantung pada nama pengguna dan kata sandi. Masalahnya adalah kata sandi yang aman sulit dibuat dan juga sulit diingat. Selain itu, kami memiliki banyak kata sandi dan nama pengguna.

Untuk memberi indikasi pada rata-rata orang:

- Masuk ke 10 situs / aplikasi seluler yang berbeda setiap hari
- Menyimpan kata sandi untuk 30-40 situs.

Untuk mengatasi beban kognitif ini orang membuat kata sandi yang mudah diingat, seperti nama pacar pertama dengan tahun kelahirannya (laura1980). Mudah diingat? Iya. Aman? Tidak. Yang paling aman adalah membuat sandi unik untuk setiap situs yang terdiri dari kombinasi acak panjang alfanumerik dan simbol (KJ76RTnns!). Aman? Iya. Mudah diingat? Tidak. UX yang malang? Pasti.

Layar masuk perbankan seluler telah memilih mekanisme otentikasi yang berbeda, menghasilkan keterlibatan produk yang berbeda. Dengan yang pertama, pengguna perlu menghitung di kepalanya karakter yang diperlukan, yang merupakan beban kognitif yang sangat besar. Yang kedua menggunakan pengenalan sidik jari iPhone, yang mengkonsumsi lebih sedikit daya kognitif. Mekanisme terkini sedang mengeksplorasi alternatif emosional, seperti menggunakan emoji untuk menemukan cara berinteraksi yang lebih aman dan lebih mudah. Pilihan desain pada proses pendaftaran dan tombol berdampak besar pada adopsi dan pendapatan. Mereka tidak boleh dianggap enteng.

Tujuh Pedoman

Beberapa tahun terakhir telah terjadi perubahan dramatis dalam cara orang terlibat dengan merek. Perangkat pintar baru, dengan berbagai mekanisme interaksi dan dengan kekuatan komputer desktop, merevolusi kebutuhan mendesak orang. Dan ini terjadi di dunia yang bergerak lebih cepat setiap hari.

Dengan pergeseran paradigma ini, dan kebutuhan untuk membangun interaksi tepercaya antara pengguna dan produk, organisasi FinTech perlu menempatkan pusat desain UX di organisasinya. Ini bukan masalah menyemprotkan beberapa warna pada produk.

Keputusan desain yang dibuat pada berbagai tahapan proses pengembangan akan berdampak signifikan pada kesuksesan produk. Berdasarkan pengalaman kami selama bertahun-tahun di organisasi FinTech besar dan kecil, kami telah menetapkan tujuh pedoman yang terbukti berguna dalam merancang pengalaman finansial.

1. Investasikan dalam desain UX dari awal

Perspektif pemasaran abad ke-20 tentang “membuat orang menginginkan sesuatu” telah beralih ke pendekatan abad ke-21 untuk “membuat sesuatu yang diinginkan orang”.

Desain - dengan fokusnya pada pengguna - adalah langkah awal di mana merek akan berhasil atau gagal. Bayangkan pembuatan produk pembayaran seluler baru. Keberhasilannya bergantung pada apakah pelanggan mendapatkan kesan pertama yang positif, memercayainya, mendaftar untuk itu, memahaminya, dan kembali lagi nanti untuk melakukan pembayaran lain. Desain UX memengaruhi semua langkah ini dan oleh karena itu harus menjadi yang pertama diingat sejak awal. Ini perlu diintegrasikan secara erat dengan sebagian besar keputusan bisnis. Untuk mencapai ini, setiap organisasi perlu:

- a. Dedikasikan uang dan waktu untuk mendesain sejak awal;
- b. Membangun tim desain internal yang berdaya, berbakat, dan lebih disukai;
- c. Tentukan tujuan desain bisnis yang jelas.

Karyawan keempat Square, perusahaan pembayaran yang berbasis di AS, adalah direktur kreatif. Banyak perusahaan teknologi baru yang sukses seperti AirBnB dan Pinterest memiliki desainer sebagai pendiri.

2. Pahami semua strategi dalam pengalaman secara mendalam

Ketika kami melakukan uji coba pembayaran seluler untuk sebuah bank besar di Inggris, kami menemukan bahwa potensinya sebagian besar bergantung pada kompatibilitas sistem tempat penjualan pihak ketiga. Pengguna memahami cara menggunakan aplikasi pembayaran, mereka akan memulai pembayaran, dan mereka bahkan ingat untuk mengeluarkan ponsel mereka untuk melakukannya. Namun, karena sistem tempat penjualan berkomunikasi secara berbeda (bahkan di dalam toko yang sama), hal itu menyebabkan kegagalan pembayaran dan akibatnya pengguna kehilangan kepercayaan. Jasa keuangan seringkali, lebih dari banyak lainnya di industri, bergantung pada sistem pihak ketiga untuk menyelesaikan pengalaman ujung-ke-ujung. Ini dapat mencakup sistem pembelian, pemeriksaan keamanan dan kredit, koneksi bank, dan banyak lagi. Pilihan strategis di mana sistem untuk bermitra akan berdampak besar pada produk. Misalnya, data yang diperlukan, dukungan yang diperlukan, atau cara sistem ini berintegrasi dalam pengalaman seluler, semuanya merupakan pemberi pengaruh penting bagi pengalaman pengguna. Setiap pilihan strategis pada infrastruktur dan teknologi harus dipertimbangkan dan diuji dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna akhir yang diharapkan.

3. Menggabungkan desain dan teknik

Great UX bukan hanya tentang apa yang terjadi di layar. Kolaborasi erat dengan teknik merupakan faktor krusial yang diremehkan. Kode dan kinerjanya secara langsung memengaruhi persepsi pengguna tentang kualitas produk. Ini persepsi dibentuk oleh hal-hal seperti start-up waktu, perilaku halaman-loading, kelancaran transisi dan animasi, kesalahan, dan waktu tunggu. Instagram adalah contoh yang bagus tentang cara mencapai pengalaman seluler secepat kilat dengan kolaborasi erat antara teknik dan desain.

Beberapa contoh:

- a. Perangkat lunak mereka mulai mengunggah gambar setelah pengguna mengambilnya, tetapi sebelum dia mengkonfirmasi detailnya, memberikan pelanggan rasa kecepatan dan berkontribusi pada kemudahan penggunaan mereka.
- b. Pemrosesan cepat lokal dari filter foto ke i mage menjadi fitur mematikan, membuat aplikasi berbeda dari yang lainnya.

Pengalaman digital terbaik diciptakan oleh pernikahan bahagia antara desain dan teknik. Kami telah melihat banyak orang secara langsung berjuang dengan hal ini karena melakukan outsourcing satu atau yang lain, atau kesalahpahaman dan miskomunikasi di antara keduanya. Pilihan tentang bagaimana mengatur desain dan teknik sangat penting untuk membuat pernikahan berhasil.

4. Menggunakan desain untuk mempercepat pengambilan keputusan

Teknik desain seperti pembuatan prototipe cepat membantu pembelajaran cepat. Mereka digunakan oleh Sprint Desain Google Ventures dan metode Build-Measure-Learn. Desain membuat ide menjadi nyata, yang memungkinkannya diuji dengan cepat dengan calon pengguna akhir, dan yang penting bagi FinTech, mereka dapat dengan cepat dievaluasi berdasarkan faktor keuangan lainnya, seperti risiko dan kepatuhan. Ini memotong siklus debat tanpa akhir yang biasa dan memadatkan bulan menjadi seminggu.

Contoh: Pada permulaan sebelumnya, kami harus membangun alur pendaftaran untuk layanan pembayaran. Tim memiliki perdebatan tanpa akhir tentang apakah pengguna harus menggunakan kode pin numerik, kata sandi berbasis karakter, atau login Facebook. Sebuah prototipe sederhana yang dibangun dalam setengah hari mengungkapkan bahwa (pada saat itu) login Facebook tidak dipercaya dengan layanan keuangan, dan kata sandi memperlambat pengguna lebih dari sekedar kode pin. Keputusan telah dibuat. Teknik pembuatan prototipe yang cepat membantu untuk memahami masalah oleh semua disiplin ilmu dan membuat keputusan lebih cepat.

5. Menghemat waktu pengembangan yang mahal

Para perancang dan insinyur di start-up FinTech seluler berbasis London, Albert mengulangi beberapa kali desain aliran pengapian untuk aplikasi seluler kami. Mereka merancang layar, menyatukannya dalam bentuk rototipe, dan mengujinya dengan beberapa orang. Dan kemudian, mereka memasukkan umpan balik, memperbarui desain, dan memulai lagi. Hingga pengalaman pengguna ulti sobat ditemukan. Apa yang dimulai sebagai aliran 11 layar disederhanakan menjadi enam layar. Sebagian besar layar mengikuti tata letak yang serupa.

Ini tidak hanya menghasilkan pengalaman yang jauh lebih sederhana (kesuksesan pendaftaran 100% dicapai dalam uji beta) tetapi juga dalam siklus pengembangan yang jauh lebih cepat:

- a. Tim pengembangan perlu mengimplementasikan dan mengurangi layar dan kasus kesalahan.
- b. Layar mengikuti tata letak layar yang serupa, yang memungkinkan kode digunakan kembali.

Jam iterasi desain menghemat berminggu-minggu pekerjaan pengembangan. Menanamkan praktik desain sejak awal akan menghemat banyak pekerjaan pengembangan.

6. Bidik kesederhanaan mirip Uber dengan tingkat kepercayaan yang tinggi

Aplikasi keuangan seluler berada di ponsel yang sama dengan aplikasi seperti Uber dan Instagram. Pengguna membandingkan aplikasi keuangan dengan aplikasi konsumen ini (bukan dengan layanan keuangan lainnya). Selain itu, aplikasi keuangan perlu membangun kepercayaan ekstra. Kehilangan foto memang menjengkelkan, tetapi membocorkan data keuangan adalah bencana. Pengalaman FinTech harus memiliki kesederhanaan pengalaman konsumen lainnya tetapi dengan perhatian ekstra yang ditujukan untuk keamanan dan membangun kepercayaan. Ada banyak cara untuk melakukannya. Ini adalah beberapa contoh yang terbukti sangat membantu:

- Jelaskan langkah-langkah keamanan: Alat keuangan pribadi Mint adalah salah satu yang pertama memulai dengan menjelaskan secara jelas dan terbuka kepada pengguna mekanisme enkripsi yang telah diterapkan untuk menjamin keamanan data.
- Orang-orang lupa kata sandi: Ini terjadi. Pastikan perjalanan untuk mengatur ulang kata sandi mereka merupakan bagian yang terintegrasi dan sederhana dari keseluruhan pengalaman; ini seharusnya tidak pernah menjadi renungan.
- Biarkan pengguna mengontrol kapan data sensitif ditampilkan: Fitur pembayaran seluler baru yang kami kembangkan menghasilkan kode akses bagi pengguna untuk masuk ke ATM. Pengujian pengguna yang cepat menunjukkan bahwa orang-orang khawatir bahwa orang lain dapat membaca kode di layar ponsel. Kami memastikan kode itu tertutup pada awalnya, membiarkan pengguna memutuskan kapan dia merasa nyaman untuk mengungkapkannya.
- MAYA (Paling Canggih, Namun Dapat Diterima): Teknologi baru sering kali memperkenalkan cara baru dalam berinteraksi dengan data. Ini bisa menjadi keren dan unik tetapi juga meresahkan. Semakin dekat desain beresonansi dengan apa yang diketahui pengguna, semakin mudah untuk membangun kepercayaan. Solusi FinTech harus mempertimbangkan harapan pengguna saat ini untuk berinteraksi dengan teknologi saat merancang pengalaman baru.

7. Hal-hal yang menarik mengurangi kesalahan

Estetika yang baik tidak hanya memiliki daya tarik yang lebih tinggi, tetapi juga manfaat fungsional dan biaya. Para peneliti dari Jepang dan Israel mengembangkan dua bentuk teller otomatis mesin, mesin ATM yang memungkinkan kita untuk mendapatkan uang dan melakukan transaksi perbankan sederhana tugas. Kedua bentuk itu identik dalam fungsi, jumlah tombol, dan cara kerjanya, tetapi yang satu memiliki tombol dan layar yang diatur dengan menarik, yang lainnya tidak menarik. Para peneliti menemukan bahwa yang menarik lebih mudah digunakan.

Dan ATM yang lebih mudah digunakan berarti:

- a. Lebih sedikit kesalahan
- b. Throughput - kecepatan (rate) transfer data efektif, lebih cepat
- c. Permintaan layanan pelanggan lebih sedikit
- d. Dapat meminimalisir penyumbatan kartu
- e. Dan akhirnya, pelanggan yang lebih bahagia.

Meskipun ATM bukan kemajuan terbaru di FinTech, hal ini menunjukkan dampak antarmuka yang dirancang dengan baik pada produk keuangan dan pelanggannya.

Kesimpulan

Kami telah membahas tujuh pedoman yang membahas UX dalam kaitannya dengan FinTech. Pilihan desain di berbagai tingkat memengaruhi adopsi pengguna, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan akhirnya pendapatan. Kami telah berhasil menerapkan pedoman ini untuk menciptakan hubungan terpercaya antara pengguna dan produk, dan berharap pedoman tersebut memicu percakapan untuk memajukan peran UX di FinTech.

Bab 3

Jaringan Fintech

Pendahuluan

Bagian ini memberikan gambaran umum tentang "hub" FinTech saat ini dan yang selalu mempunyai mimpi tinggi yaitu mengubah ekosistem FinTech menjadi katalisator dan berkembang. Ini memberikan contoh dunia nyata dari prasyarat penting untuk pendirian pusat FinTech di seluruh dunia. Ini adalah kisah sukses dan daftar periksa tentang apa yang telah dilakukan pemain FinTech dengan benar agar kota (atau negara) mereka berkembang dalam lingkungan FinTech yang kompetitif secara global.

Kami akan menjelajahi pusat FinTech yang sudah mapan seperti London, mendiskusikan kondisi yang mendukung FinTech Prancis, dan memeriksa Belanda sebagai ekosistem FinTech terintegrasi. Selain itu, kami meninjau kisah FinTech yang sedang booming, mulai dari Luksemburg, Austria, India, hingga Singapura dan Indonesia yang masing-masing memiliki karakteristik uniknya sendiri yang membedakannya sebagai calon pelopor dalam FinTech.

Pengusaha, ilmuwan komputer, pembuat kode, investor, pemerintah, dan konsumen beralih ke inovasi FinTech untuk mendorong penemuan kembali perbankan, keuangan, dan perdagangan. Teknologi layanan keuangan tentunya telah ada selama beberapa dekade, tetapi sekarang kita melihat munculnya model bisnis yang sama sekali baru, inovasi teknis, dan pengalaman pelanggan yang, untungnya, secara konstruktif dan kreatif mengganggu status quo.

Ini dianggap sebagai gerakan besar transformasi teknologi. Serupa dengan apa yang terjadi di industri musik, perjalanan, dan media, FinTech membawa revolusi digital ke bidang keuangan, dan dalam prosesnya, menciptakan UKM yang tumbuh tinggi, lapangan kerja, dan pembangunan ekonomi yang lebih luas. Cluster FinTech dan kepadatan start-up dapat membantu mempercepat transformasi dan pertumbuhan ini di sektor keuangan, serta membantu mengatasi tantangan umum. Mengidentifikasi bahan dan cara terbaik untuk menstimulasi klaster FinTech akan sangat penting untuk industri ke depan, dan saya menganggapnya sebagai salah satu agenda terpenting yang dapat dikejar oleh pemerintah.

Sektor FinTech global tumbuh pada tingkat yang luar biasa, melampaui pertumbuhan pendanaan 200% dari tahun ke tahun dan, menurut data dari CB Insights, menghabiskan \$ 12,2 miliar sebagai modal pertumbuhan pada tahun 2014. Pada tahun 2014, di Inggris saja sektor FinTech menghasilkan lebih dari £ 20 miliar pendapatan. Cluster yang muncul di seluruh dunia dan menawarkan Inovators (bank-bank besar dan start-up) akses ke masyarakat terlibat antara lain : pengusaha, investor, akademisi, teknologi, dan pakar industri, semua dari mereka, dikombinasikan, dapat memberikan literasi produk, dan peluang untuk berkolaborasi dan tumbuh. Regulasi, kendala dan perubahan yang akan datang, serta kompleksitas dan persyaratan yang sedang berlangsung dalam melindungi konsumen umum dari krisis lain, membutuhkan jenis keterlibatan baru antara pemangku kepentingan.

Bank-bank besar tradisional memberikan wawasan sejarah, kumpulan sumber daya yang kuat (dari modal manusia hingga dana ventura), akses pasar global, dan infrastruktur dan merupakan klien sempurna yang membutuhkan komunitas inovator FinTech ini. Investor, dari FinTech angels hingga spesialis pemodal ventura (Venture Capitalist / VC), mengambil risiko yang diperhitungkan di seluruh dunia, dengan minat tertentu dan pengetahuan dalam pembayaran, komputasi awan, blockchain, perangkat lunak perusahaan, keamanan dunia maya, dan analitik data - tantangan utama, utama peluang. Regulator membentuk pusat inovasi untuk meningkatkan aksesibilitas ke start-up, kejelasan seputar proses otorisasi, dan untuk membantu menginformasikan reformasi. Universitas sedang merevisi sebuah kurikulum untuk fokus pada bahasa digital dan pembelajaran terapan, dan mereka menciptakan channels ke hub FinTech ini agar siswa dapat melakukan bagian mereka langsung setelah lulus.

Pembuat kode (*coder*) dan para penyuka coding otodidak berbondong-bondong mendaftar di hackathon layanan keuangan, menunjukkan bahwa bakat tidak selalu datang dari sebuah pendidikan yang mahal atau kota metropolitan perusahaan. Pembuat kebijakan membuka pintunya ke komunitas FinTech ini, mengundang umpan balik dari inovator dan hadir mendemostrasikan teknologi dan berdiskusi dengan para akselerator. Pengembang real estat, seperti Canary Wharf Group, juga memainkan peran penting

dalam menyediakan ruang kantor, yang memanfaatkan kedekatan para pelaku industri yang kuat ini dan menciptakan proposisi pertumbuhan bagi perusahaan yang berkembang pesat ini. Terlepas dari agenda yang beragam dan dinamis serta tantangan besar untuk melakukannya, kluster FinTech terkuat mengelola untuk memfasilitasi percakapan antara pemangku kepentingan ini, yang didorong oleh hasil potensial bagi industri.

London dan New York sudah mapan sebagai hub FinTech global, tetapi apa yang dapat dipelajari oleh komunitas start-up FinTech yang baru muncul, seperti di Sydney, Leeds, Singapura, Dublin, Tel Aviv, dan Seoul dari keberhasilan hub FinTech yang ada? Melampaui pendekatan top-down Michael Porter ke kluster bisnis, dan dengan sebuah 'hat tip' - digunakan sebagai pengakuan bahwa seseorang telah membawa sepotong informasi ke perhatian penulis, atau memberikan inspirasi untuk sebuah tulisan - Komunitas Start-up Brad Feld, mari kita jelajahi beberapa studi kasus dari hub FinTech yang sukses dan pertimbangkan bagaimana hub FinTech baru dapat dibuat. Bagaimana cluster lain dapat muncul dengan komposisi uniknya sendiri yang terdiri dari pengusaha, teknolog, pakar industri, dan pemain lama dan bagaimana komunitas ini dapat bersatu, untuk membentuk interaksi yang konstruktif dan narasi yang kohesif untuk berkembang dan tumbuh di panggung global?

Pelajaran dari Sang Pemimpin FinTech

London dinobatkan sebagai pusat FinTech paling sukses di Eropa pada tahun 2015, dan berfungsi sebagai contoh utama untuk pengembangan bisnis di masa depan. Jadi apa yang membedakan London dari kompetisi dibidang ini?

London telah berada di jantung perdagangan global untuk sen uries dan memiliki industri jasa keuangan wellestablished untuk ma tch. Seperti yang Anda harapkan, ada besar est ablished bank dengan dana usaha baru, FinTech berfokus pada 'angel' - penyandang dana kaya raya, dan VC, serta alternatif pilihan pembiayaan, seperti crowd f unding dan pinjaman peer-to-peer, yang semuanya penting dalam memberikan modal awal kerja untuk FinTech start-up. Tarif pajak perusahaan yang rendah, undang-undang ketenagakerjaan, keringanan wirausaha, skema investasi perusahaan, pemulihan pajak penelitian dan pengembangan, dan kemudahan di mana bisnis dapat didirikan, semuanya merupakan tindakan pemerintah yang signifikan yang menjadikan Inggris sebagai tempat favorit untuk wirausahawan dan inovator. Kedekatannya dengan investor melalui sejumlah solusi pitching dan perjodohan, acara diskusi yang diprakarsai pemerintah, dan konsultasi mendalam dengan UKM sebagai bagian dari reformasi regulasi, semuanya mendorong keterlibatan yang dalam dengan sektor ini. Semua fitur ini menjadikan London sebagai tempat di mana Anda memiliki tempat duduk di meja berdiskusi bersama, terlepas dari latar belakang dan ukuran bisnis.

Kedekatan dan penciptaan titik pertemuan memberikan fokus penting bagi komunitas FinTech. Pemangku kepentingan dapat meminimalkan perjalanan untuk bertemu dengan banyak perusahaan dan mereka dapat memaksimalkan keterpaparan pada ekosistem. Sebuah kunjungan terbang ke Silicon Valley, misalnya, sangat berharga untuk diinvestasikan karena mereka tahu mereka dapat mengunjungi lusinan perusahaan dalam beberapa hari, dengan ratusan perusahaan teknologi terletak hanya dalam jarak 30 mil dari satu sama lain. Kedekatan ini menciptakan berbagi pengetahuan alami dan efek jaringan, di mana satu pertemuan mengarah ke pengenalan pelengkap lainnya, yang dapat mengarah pada merger, usaha patungan, atau kemitraan. Cluster ini juga menumbuhkan persaingan, karena satu perusahaan memacu yang lain untuk menyempurnakan produk dan layanan industri.

Bakat multidisiplin dan multinasional, yang ada di City, adalah alasan lain di balik kesuksesan London. Ada banyak talenta yang tersedia, tidak hanya disediakan oleh bankir berpengalaman yang ingin pindah ke kluster FinTech yang “muncul”, tetapi juga budaya inovasi teknologi yang berkembang pesat yang disampaikan oleh perkumpulan pembuat kode dan pengembang ruang bawah tanah. Ini digabungkan dengan beberapa lembaga pendidikan terkemuka dunia, seperti University College London dan Imperial College, yang berfungsi sebagai pusat studi teknologi akademik dan spesialis. Open Data Institute (ODI) dan program ilmu komputer terkait dengan belajar dan magang dalam komunitas start-up. Bisnis sangat membutuhkan bakat dan bakat adalah katalis yang kuat untuk pertumbuhan dan inovasi. Merupakan tanggung jawab kami sebagai industri untuk mengidentifikasi dan memelihara bakat-bakat ini dan membawanya ke FinTech - tunjukkan kepada mereka peluang pengembangan karier, keterampilan yang dapat dikembangkan di lapangan dengan usaha yang terus berkembang. Dan kami tidak hanya berbicara tentang bakat teknologi atau keuangan - industri FinTech membutuhkan perancang, komunikator, pemasar, pakar faktor manusia, dan keterampilan komersialisasi. Multikulturalisme dan keragaman juga merupakan kunci kesuksesan jangka panjang dan terukur. Pendatang baru di London membawa serta pemahaman tentang pasar luar negeri dan keragaman membawa bisnis yang lebih sehat dan produk yang lebih baik bagi semua konsumen. London berakar pada hal ini, dan harus terus mengembangkannya karena London sangat penting bagi daya saing kita.

London juga diuntungkan oleh keadaan negatif. Jika kamu sungguh membutuhkan sesuatu kamu akan menemukan jalan untuk melakukannya, dan London memiliki platform yang terang benderang terhadap perubahan. Krisis keuangan 2008 menyebabkan kontraksi besar-besaran dari para bank-bank lama yang besar, memicu perubahan peraturan yang cepat, mengubah sentimen publik terhadap dunia perbankan, dan mendorong lonjakan kewirausahaan. Krisis kredit memunculkan bentuk-bentuk pinjaman alternatif, konsumen memiliki keinginan baru untuk mengubah penyedia layanan, dan banyak mantan karyawan korporat menggunakan wawasan pasar mereka untuk menciptakan produk dan layanan baru bagi bank-bank yang sekarang berada di bawah tekanan baru untuk melakukan reformasi. Industri perbankan mengalami restrukturisasi, dan perubahan inilah yang didahului oleh krisis, yang meletakkan dasar bagi munculnya pasar yang lebih beragam dan dinamis.

Untuk merangkul dan mempercepat perubahan ini, Inggris juga telah menyaksikan munculnya badan industri baru untuk FinTech yang disebut Innovate Finance, organisasi lintas sektor yang digerakkan oleh anggota yang bertujuan untuk melabuhkan dan mengembangkan posisi terdepan Inggris dalam layanan keuangan global dengan melayani sebagai titik akses tunggal ke layanan keuangan penuh dan ekosistem teknologi. Peran Innovate Finance dirancang untuk menjadi suara netral dalam revolusi FinTech ini. Organisasi anggota melayani perusahaan besar dan kecil, bekerja dengan Departemen Keuangan dan bertujuan untuk memajukan agenda persaingan, keragaman, dan pilihan konsumen. Ini memainkan peran kunci dalam menyampaikan suara untuk semua pihak dengan cara yang tidak bias, dan menciptakan saluran ke peta pemangku kepentingan yang dibahas di atas.

Semua faktor ini telah digabungkan untuk menciptakan apa yang menjadi hub FinTech paling sukses di benua Eropa hingga saat ini, oleh karena itu mempelajari pelajaran London akan sangat penting dalam mengembangkan kluster serupa di seluruh dunia. Jika perusahaan dapat mengakses bakat, teknologi, dan modal dalam lingkungan fisik yang erat yang kondusif untuk komunikasi, inovasi, dan perdagangan, mereka memiliki peluang besar untuk sukses. Mari kita pelajari dua faktor yakni lokasi dan budaya perusahaan ini untuk menyelidiki dampaknya pada pengembangan kluster FinTech di seluruh dunia saat ini.

Lokasi Strategis Pengembangan Fintech

Beralih ke kelompok baru lainnya, komunitas FinTech Sydney berkumpul di sekitar pusat teknologi seperti Tyro dan Stone & Chalk, yang bertujuan untuk mendorong kreativitas dan inovasi di sektor ini. Tim Williams, kepala eksekutif dari Committee of Sydney, menyatakan bahwa ini adalah “kebutuhan mutlak jika Sydney ingin tetap menjadi yang terdepan dalam permainan jasa keuangan”, kemudian mendeskripsikannya sebagai “sekali dalam satu dekade kesempatan, untuk menyatukan sektor TIK, perbankan, dan start-up”. Seperti London, Sydney sudah memiliki sektor jasa keuangan yang dihormati dan terkenal. Saat ini diperkirakan, per Juni 2015, terdapat lebih dari 100 perusahaan yang dapat diklasifikasikan sebagai start-up FinTech yang berbasis di kota, termasuk pemain dalam data, pembayaran, kekayaan, dan pasar modal, dengan bank-bank Sydney termasuk di antara yang paling menguntungkan di dunia. Demikian pula, Leeds, hub FinTech lain yang sedang berkembang di Inggris, memiliki kekayaan yang luar biasa dari back office dan pos-pos fungsional operasional untuk pasar-pasar besar, sehingga terus menarik minat dan investasi di bidang-bidang ini. Oleh karena itu, mengidentifikasi kekuatan kota adalah kunci untuk menciptakan ekosistem khusus yang tahan lama, berkualitas tinggi, dan diakui secara global.

Lokasi hub FinTech tidak bisa dianggap remeh. Aset sejarah dan lokal harus dilibatkan dan dimanfaatkan untuk membangun pusat dengan spesialisasinya sendiri. Agar hub ini berhasil, berbagai industri dan organisasi perlu berpartisipasi desainer, penulis, tim komersial - dan kita perlu menghubungkan hub ini ke universitas, laboratorium, badan perdagangan, pusat data, penyedia layanan profesional, dan ahli komunitas mentor.

Swedia FinTech hub mengutip Nordic “Hukum Jante” - gagasan menempatkan penekanan pada manfaat kolektif, bukan individu sukses al. Ini berarti menciptakan budaya kolaboratif dan terbuka, budaya yang merangkul potensi dan kebaruan, bukan keakraban dan hierarki.

Selain semangat kolaborasi dan kemitraan, persaingan juga menjadi kekuatan yang sangat sehat dalam mempercepat pertumbuhan komunitas FinTech secara global. Ini adalah mandat penting bagi regulator, pemerintah, dan sivitas akademika. Persaingan memaksa bank tradisional untuk secara konsisten memeriksa kembali proposisi mereka kepada pelanggan, kenyamanan pelanggan, dan berinvestasi dalam proses perbaikan berkelanjutan.

Dengan mengingat dinamika inilah kami telah memetakan bahan-bahan dari hub FinTech yang berkembang pesat. Kami dapat melihat bahwa komunitas FinTech spesialis pengasuhan memiliki potensi untuk memberikan transformasi yang jauh lebih besar dalam bidang teknologi. Ini bukan hanya tentang start-up, inovator, dan wirausahawan, tetapi tentang menyatukan visi, ketangkasan, dan kekuatan mereka dengan pemangku kepentingan lain yang diperlukan untuk menghasilkan perubahan yang langgeng.

Selama beberapa tahun terakhir, FinTech telah mulai menarik perhatian media, sebagian karena banyaknya dana baru yang dikumpulkan oleh beberapa perwakilannya yang paling terkemuka, baik melalui IPO (Lending Club, Yod lee, On Deck), atau melalui tahap akhir putaran pendanaan \$ 100 juta ke atas (Stripe, Funding Circle, Transferwise, SoFi, Klarna, Square, Adyen, untuk beberapa nama). Di antara semua “juara digital layanan keuangan” baru ini yang telah berhasil mengumpulkan ratusan juta dolar - terkadang disebut “unicorn FinTech” - mayoritas adalah perusahaan AS dan Inggris, beberapa di antaranya Skandinavia, satu Belanda, tetapi sejauh ini tidak ada satu pun yang berasal dari Prancis.

Apakah pengusaha Prancis memiliki citra buruk dalam menciptakan perusahaan FinTech yang sukses? Renaud Laplanche (CEO / pendiri Lending Club), Stephane Dubois (CEO / pendiri Xignite), Philippe Gelis (CEO dan co-founder Kantox), dan bahkan David Marcus (Head of Messaging Products di Facebook, yang memasuki perangkat seluler pertempuran pembayaran pada Maret 2015 dengan fitur transfer uang baru Facebook Messenger) semuanya lahir di Prancis. Sayangnya (dari perspektif Fre nch murni), mereka semua telah bermigrasi ke tempat lain untuk meluncurkan atau skala usaha sukses mereka (baik ke AS atau Inggris). Apakah usaha mereka akan kurang berhasil jika mereka memutuskan untuk tinggal, atau kembali ke Prancis untuk meluncurkan proyek FinTech mereka pada pertengahan / akhir 2000-an? Bisa Jadi.

Apa yang terjadi di masa lalu adalah masa lalu. Pertanyaan hari ini adalah: akankah wirausahawan FinTech kelahiran Prancis yang baru muncul harus bermigrasi keluar dari Prancis untuk berhasil di bidang FinTech selama paruh kedua tahun 2010-an?

Pusat Keunggulan Internasional Prancis dalam Sains dan Teknologi

Pertama-tama, Prancis dikenal luas karena kualitas program akademiknya di bidang sains, teknologi, teknik, dan matematika. Prancis adalah negara pemenang Hadiah Nobel keempat di dunia dalam bidang sains (kategori untuk kimia, fisika, fisiologi, dan kedokteran, ditambah Hadiah Nobel Memorial di bidang ekonomi), dengan 36 pemenang.

Laboratorium penelitian Prancis dalam matematika terapan, statistik, dan ilmu ekonomi secara luas diakui sebagai yang terbaik di dunia : Institute of Advanced Scientific Studies (IHES), Ecole Normale Supérieure (ENS, Paris), Toulouse School of Economics (TSE) dan Paris School of Economics (PSE), antara lain. Beberapa peneliti Prancis baru-baru ini memperoleh penghargaan internasional tertinggi dalam matematika (Fields Medal for Cédric Villani pada 2010) dan ilmu ekonomi (Hadiah Nobel dalam Ilmu Ekonomi atau Jean Tirole pada 2014). Belum lagi insinyur yang paling dicari dalam bidang kriptologi dan pengkodean, lulusan sekolah Ilmu Komputer Prancis seperti Institut Nasional untuk Penelitian Ilmu Komputer dan Otomasi (INRIA) atau Politeknik Ecole (X).

Pada tingkat yang lebih rendah (misalnya, secara bisnis), beberapa bankir, investor ekuitas swasta, manajer hedge fund, dan quants saat ini bekerja untuk perusahaan jasa keuangan paling kuat dan

bergengsi (misalnya, bank, hedge fund, dan firma ekuitas swasta) di London, New York, Hong Kong, atau Singapura lulus dari sekolah bisnis dan teknik Prancis terkemuka. Secara umum, perusahaan rintisan FinTech yang akan berhasil akan berhasil berkat kemampuan mereka untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi dan model bisnis mereka sendiri. Dalam konteks itu, kemampuan untuk mencari dan menarik modal manusia yang berkualifikasi tinggi adalah faktor kunci keberhasilan untuk start-up FinTech yang baru didirikan. Dan dekat dengan beberapa kelompok manajemen bakat yang paling berkembang dalam ilmu komputer, ekonomi, dan kriptologi jelas merupakan pembeda kunci yang sangat positif. Hal ini kebetulan bahwa Paris menduduki peringkat Terbaik di Dunia Modal Intelektual Capital sebuah inovasi oleh PwC Mei 2014 dan bahwa Facebook meluncurkan pertama Artificial Intelligence (AI) Lab di Paris (pertama di luar AS setelah mereka di Menlo Park dan New York).

Lingkungan Wirausaha, Investasi, dan Pajak Prancis

Kedua, Prancis telah menjadi negara favorit bagi pengusaha dan investor selama beberapa tahun terakhir. Pemerintah Prancis telah meluncurkan beberapa inisiatif publik untuk mendukung kewirausahaan, menyediakan permulaan dengan kapasitas pendanaan yang sangat kompetitif untuk kegiatan Litbang seperti hibah publik kasar, subsidi, dan kredit pajak penelitian ("CIR"), ekuitas dan pembiayaan hutang yang ditingkatkan dan difasilitasi untuk perusahaan teknologi dan inovatif melalui bank investasi publik Prancis ("BPI"), rezim pajak khusus atas keuntungan modal untuk investor belakang ("PEA" dan "PEA / PME"), diskon 50% untuk investasi di UKM untuk pendapatan bersih tinggi worth individual ("ISF"), dan amortisasi lima tahun investasi perusahaan di UKM, di antara (banyak) inisiatif lainnya. Laporan Alternatif Kompetitif KPMG (2014) membandingkan tarif pajak perusahaan yang efektif di 10 negara berbeda dan peringkat pertama Prancis untuk layanan Litbang dan ketiga untuk layanan digital, dua topik yang sangat terkait dengan FinTech.

Sejak awal tahun 2010-an, ibukota Prancis, Paris, telah menunjukkan aktivitas kewirausahaan yang menggembirakan, dengan lebih dari 40 incubator bisnis sedang dibuat, ratusan ruang kerja bersama, beberapa laboratorium hebat, antara 1.000 dan 1.500 perusahaan baru sedang didirikan setiap tahun, dan semakin banyak kisah sukses Teknologi (Criteo, BlaBlaCar, Deezer, SigFox, untuk menyebutkan beberapa saja).

Prancis juga bertujuan untuk menarik bakat wirausaha internasional. Dalam mencapai tujuan itu, Prancis mendapat manfaat dari keunggulan yang melekat: kualitas hidupnya dipuji secara internasional, menjadikannya tempat terbaik di dunia untuk hidup menurut beberapa studi internasional. Prancis menunjukkan kinerja yang baik dalam banyak ukuran kesejahteraan relatif terhadap sebagian besar negara lain dalam Indeks Kehidupan Lebih Baik dari OECD : Prancis menempati peringkat di atas rata-rata dalam kualitas lingkungan, perumahan, keseimbangan kehidupan kerja, dan status kesehatan.

Selain itu, pemerintah Prancis telah membuat program khusus yang dirancang untuk wirausahawan non-Prancis dari seluruh dunia yang ingin mendirikan perusahaan rintisan di Paris: Tiket Teknologi Prancis. Melalui program kompetitif ini, tim pendiri akan dibantu untuk didirikan di Prancis, dengan kontak khusus untuk membantu mereka menangani prosedur administratif. Hadiah uang hingga € 25.000 akan diberikan kepada setiap pendiri yang dipilih, dan perusahaan rintisan juga akan mendapatkan ruang kantor gratis di jantung kota Paris di salah satu inkubator lokal terkemuka.

Lingkungan Peraturan Prancis bagi Layanan Keuangan Inovatif

Prancis juga agak cepat beradaptasi dengan "kesepakatan baru FinTech" dari sudut pandang regulasi dan legislatif. Memang, Prancis menciptakan rezim regulasi khusus untuk aktivitas crowdfunding pada Oktober 2014 (dengan pembuatan status Penasihat Investasi Crowdfunding tertentu: "CIP" dalam bahasa Prancis), dan telah merespons secara positif inovasi dalam layanan keuangan dengan regulasi yang lebih ringan untuk aktivitas non-perbankan.

Dan jika Prancis ('belum'?) Berada dalam situasi yang sama dengan Inggris, di mana Financial Conduct Authority (FCA) meluncurkan inisiatif yang didedikasikan untuk memberi saran dan membantu start-up FinTech dengan tugas regulasi mereka pada Oktober 2014, inisiatif terakhir memberikan model yang sangat menarik yang berpotensi direplikasi di Prancis untuk lebih meningkatkan pertumbuhan di sektor jasa keuangan, sambil mempertahankan tingkat pemahaman yang sesuai dan pemantauan peraturan di sektor FinTech Prancis.

Bisnis Strategis Prancis dan Penentuan Posisi Geografis

Prancis memiliki ekonomi yang kuat dan sangat beragam. Terletak di jantung Eropa, pasar terbesar di dunia, ini juga merupakan batu loncatan kesepakatan untuk pasar di negara-negara Eropa lainnya, serta Afrika dan Timur Tengah. Dari sudut pandang bisnis, Prancis adalah negara dengan 67 juta pelanggan, yang menunjukkan potensi permintaan yang sangat besar untuk layanan keuangan inovatif di bidang perbankan, asuransi, manajemen investasi / aset, pembiayaan, dan pembayaran, baik yang dipasok oleh perusahaan nasional maupun internasional.

Perancis FinTech Start-up Association

Berdasarkan semua faktor positif ini, dan ingin menunjukkan kepada dunia bahwa FinTech berkembang pesat di Prancis, 45 (hingga akhir Juni 2015, dan masih terus berkembang) wirausahawan FinTech Prancis bergabung untuk membentuk badan lobi yang disebut "France FinTech". Asosiasi yang baru dibentuk ini (diluncurkan pada 2015) dirancang untuk menyambut semua start-up menggunakan bisnis inovatif dan model teknologi yang bertujuan untuk mengatasi masalah yang saat ini ada atau muncul dalam industri jasa keuangan. France FinTech berencana untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, dan informasi dengan anggotanya, untuk menugaskan dan mengoordinasikan studi riset pasar dan laporan, serta untuk membangun hubungan dengan asosiasi digital lainnya di Prancis dan di luar negeri. Ini juga akan memastikan bahwa hak dan harapan anggotanya dipertimbangkan oleh pemerintah, pembuat undang-undang, badan pengatur, media, dan jenis organisasi pasar lainnya.

Menunjukkan bahwa FinTech telah menjadi topik utama dalam agenda politik Prancis, peluncuran FinTech Prancis mendapat dukungan ganda dari Sekretaris Nasional Prancis untuk Ekonomi Digital (Ms Axelle Lemaire) dan Menteri Keuangan dan Ekonomi Prancis (Mr Michel Sapin) . Ms Axelle Lemaire berkomentar:

Tantangan yang dihadapi industri keuangan adalah tantangan dari seluruh perekonomian kita. Agar industri ini menjadi pemain kunci dalam revolusi digital, dibutuhkan kesederhanaan, kepercayaan, dan dukungan kuat untuk perusahaan rintisan dan inovasi Prancis. Pemerintah

Prancis juga membutuhkan industri (FinTech) untuk menyusun dirinya sendiri. Ini adalah alasan untuk pembentukan asosiasi FinTech Prancis, yang saya sambut dengan baik.

Dan Mr Michel Sapin, memperkuat pesan sebelumnya : FinTech merupakan tantangan besar bagi pengembangan layanan keuangan inovatif untuk semua; konsumen memiliki kepentingan bahwa pemain baru berdesak-desakan dengan pemain establi yang keluar dari sektor keuangan.

Kesimpulannya, Prancis memiliki beberapa kekuatan untuk dibangun berkenaan dengan FinTech: basis yang kuat dari keterampilan keuangan dan teknologi, infrastruktur pembiayaan yang “layak “ dan berkembang pesat, dan insentif pajak negara Prancis yang patut dicatat. Pengusaha dan investor di sektor FinTech harus menyimpan Negara Prancis di layar radar mereka. Siapa tahu The Lending Club tahun 2020 mungkin saja didirikan oleh orang Prancis, tetapi kali ini di Prancis.

3.3

Perjalanan Menuju Ekosistem FinTech Terpadu - Belanda

Holland FinTech diluncurkan pada 2014 dengan tujuan membangun ekosistem FinTech dengan basis di Amsterdam. Holland FinTech menyatukan pemain yang berbeda di ruang FinTech Belanda, menghubungkan mereka dengan perkembangan global melalui buletin, penelitian, dan perjalanan internasional kami. Sebagai hub lokal, kami sedang dalam perjalanan dengan lebih dari 65 anggota, mulai dari perusahaan rintisan FinTech hingga bank, dan dari investor hingga lembaga pemerintah. Secara bertahap kami memperluas jangkauan internasional kami. Tapi kita belum sampai. Masih banyak rintangan yang harus diatasi untuk FinTech secara umum. Kami belum menganggap diri kami ahli dalam membangun ekosistem FinTech, tetapi kami merasa bahwa berbagi perjalanan kami dapat membantu orang lain dalam pencarian serupa.

Belanda pada tahun 2014

Bernostalgia ke tahun 2014, FinTech di Belanda sama tidak aktifnya seperti di sebagian besar negara lain di benua Eropa. Hanya sekelompok kecil profesional keuangan yang terhubung secara internasional yang tahu tentang hal barunya yang disebut FinTech, istilah yang digunakan di Silicon Valley, New York, dan London. FinTech hanya digunakan untuk menangani pemasok TI utama di industri keuangan. Tapi start-up FinTech adalah sesuatu yang belum pernah didengar atau dipikirkan siapa pun. Mengingat lanskap keuangan yang cukup inovatif, ini adalah peluang yang terlewatkan, terutama karena Belanda telah bersaing dalam skala global selama beberapa waktu di arena pembayaran dan keamanan. Jadi apa yang menyebabkan pemutusan ini?

Untuk industri keuangan yang relatif besar di Belanda, krisis keuangan masih belum berakhir. Berurusan dengan ekonomi yang tertinggal, pengurangan staf, meningkatkan peraturan kepatuhan, dan menyelesaikan langkah-langkah dana talangan pemerintah adalah prioritas utama. Dikombinasikan dengan pengawasan publik dan politik seputar bonus dan produk keuangan yang tidak transparan, lembaga keuangan hanya memikirkan hal yang berbeda.

Tidak hanya kurangnya persaingan serius untuk mendorong inovasi, tetapi juga kurangnya kesadaran politik tentang inovasi keuangan. Apalagi, dengan krisis finansial yang disebabkan oleh produk-produk keuangan yang “inovatif”, topik inovasi di sektor ini menjadi sangat sensitif. Selain itu, Holland Financial Center, organisasi Belanda yang salah satu tugasnya mempromosikan inovasi di industri keuangan, terpaksa tutup karena sentimen negatif terhadap industri keuangan. Pada dasarnya, industri keuangan Belanda tidak mampu berinovasi dan tidak bisa mencari dukungan. Jadi bagaimana dengan perusahaan rintisan dan teknologi? Apakah benar-benar tidak ada perusahaan di Belanda? Rupanya istilah FinTech belum benar-benar digunakan sebelum tahun 2014. Sebagian besar perusahaan yang relevan menganggap diri mereka sebagai perusahaan IT, seperti ribuan lainnya. Banyak dari mereka yang tidak menyadari peluang yang ditawarkan oleh kebangkitan internasional FinTech atau mereka tidak tahu bagaimana dikaitkan dengannya. Dan venture capitalist lokal juga tidak memanfaatkan peluang FinTech, kecuali beberapa yang sudah aktif di London atau sekitarnya. Tapi ada satu area di mana Belanda sudah unggul dalam kompetisi FinTech: pembayaran. Belanda telah begitu saya solusi pembayaran yang besar baik v bank terbesar (iDeal) dan teknologi muda perusahaan lik e global Kumpulkan dan Adyen. Untuk negara pedagang seperti Belanda, jelas perkembangan e-commerce mendorong solusi baru ke depan, terutama yang terkait dengan proses keuangan.

Memanfaatkan Peluang

Mengingat potensi besar pembayaran inovatif dari Belanda dan kemampuan IT perusahaan yang kuat (infrastruktur, keamanan, ERP & Perdagangan software), potensi FinTech Belanda cukup besar. Ini, dikombinasikan dengan infrastruktur yang sangat baik (salah satu node internet tersibuk di seluruh dunia), populasi yang berpendidikan (negara terbaik di Eropa untuk melakukan bisnis dalam bahasa Inggris setelah Inggris dan Irlandia), dan jaringan internasional yang hebat, menjadikan Belanda tempat yang bagus untuk berbisnis. Jadi, bagaimana cara mengaturnya? Setelah memastikan bahwa ada peluang dengan FinTech untuk mendorong persaingan dan menghadirkan solusi baru yang penting bagi wirausahawan dan konsumen, langkah selanjutnya adalah menutup kesenjangan pengetahuan antara lembaga keuangan dan pelanggan mereka. Ini akan memberdayakan pengusaha dan konsumen secara finansial untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran.

Langkah pertama

Memanfaatkan layanan "My Network" Holland Fintech: cara menyelaraskan berbagai pemangku kepentingan di my network, di bank, perusahaan baru, investor, dan penyedia layanan, dan membuat mereka antusias tentang gagasan melakukan “sesuatu” dengan FinTech di Belanda. Ini membutuhkan banyak penjelasan kepada industri. Pada awalnya Holland Fintech fokus pada ngeblog paruh waktu, tetapi ketika antusiasme meningkat dengan setiap wawancara dan diskusi tentang topik tersebut, sepertinya ada momentum untuk sesuatu yang lebih besar. Tim KPMG untuk Start-up Inovatif adalah yang pertama, cocok mengingat fokus mereka saat ini pada start-up dikombinasikan dengan memiliki banyak klien di industri Jasa Keuangan. Tim mereka sangat membantu dalam menyusun konsep dan mempromosikannya. Innopay, sebuah perusahaan konsultan pembayaran tingkat lanjut, adalah yang berikutnya memberikan komitmen lisan, karena inisiatif ini cocok untuk melengkapi keahlian pembayaran mereka. Mereka sangat lihai berbagi sejarah FinTech di Eropa, sebelum istilah FinTech diakui secara luas. Segera setelah Van Doorne, firma hukum Belanda yang inovatif, dan IBM bergabung dengan kelompok pendukung dan konsep tersebut mulai terbentuk. Pada tanggal 23 Oktober 2014, kami mengadakan pertemuan pertama kami, dengan lebih dari 100 orang hadir, dan Holland FinTech lahir.

Pilihan Awal

Tim Holland Fintech memanggil para pendukung anggota pendiri dan mulai menetapkan tujuan dan penataan organisasi. Sepertinya langkah logis untuk membentuk jembatan antara dunia FinTech, yang sebagian besar ditemukan di luar Belanda, dan ekosistem FinTech lokal yang kami bangun. Oleh karena itu kami menetapkan bahwa fokus internasional adalah yang terpenting dan memutuskan untuk berkomunikasi hanya dalam bahasa Inggris. Tugas utamanya kemudian adalah menyatukan para pemain FinTech, dan membuat koneksi ke perkembangan dan hub Fin Tech di seluruh dunia. Ini berarti memberi tahu orang-orang tentang FinTech, menjangkau perusahaan FinTech (potensi), mengatur acara, dan menyiapkan komunikasi terstruktur tentang perkembangan FinTech global.

Karena harus mengubah begitu banyak orang untuk memulai, kami harus mendapatkan akses yang mudah ke mereka. Memberikan informasi gratis melalui situs web kami, buletin FinTech global gratis, dan pertemuan gratis memungkinkan kami untuk menarik minat pihak-pihak terkait. Selain itu, kami menggunakan setiap kesempatan (yang diciptakan sendiri) untuk dibicarakan.

Salah satu hal hebat tentang bekerja dengan (antara lain) start-up adalah energi dan sumber daya mereka. Kapasitas mereka untuk melangkah jauh dengan sumber daya yang terbatas juga diperlukan untuk inisiatif yang didanai sendiri ini, yang merupakan permulaan itu sendiri. Jadi, hanya menyingsingkan lengan baju dan menjalankan ini, bahkan ketika belum semua mitra bergabung, itu penting. Kelincahan ini adalah kunci keberhasilan sebuah start-up, tentu saja dalam lanskap FinTech yang berubah dengan cepat. Menjaga agar pemangku kepentingan senang juga merupakan kunci, tetapi tidak dengan mengorbankan inersia. Namun pendekatan ini memiliki konsekuensi keuangan dan membutuhkan komitmen keuangan yang kuat dari setidaknya satu pemegang saham. Kami belum didanai oleh hibah atau subsidi (sejauh ini).

Sebagai inisiatif yang dimulai dan didanai secara pribadi, masuk akal untuk menjadi perseroan terbatas. Namun, mengingat sebagian tujuan sosial dan dorongan untuk menangani apa yang juga merupakan tujuan publik, pemberdayaan keuangan, banyak orang juga menganggap yayasan sebagai bentuk yang baik untuk digunakan. Kami belum melakukannya, karena potensi kerumitan administrasi tambahan dan mungkin bahkan transparansi yang kurang. Menantikan saat sebuah yayasan dapat membantu kami mencapai tujuan kami, kami dapat mempertimbangkan untuk mengubah struktur hukum kami.

Model bisnis

Salah satu hal yang dipelajari adalah bahwa mengharapkan sebuah imbalan per transaksi, yang merupakan norma kesepakatan M&A, membuat sulit untuk menasihati orang secara obyektif. Namun karena kami sedang membangun pasar atau FinTech, kami perlu menemukan cara untuk mendanai aktivitas kami. Biaya keanggotaan relatif rendah (hingga maksimum EUR 15rb untuk lebih dari satu miliar perusahaan) dan gratis untuk memulai untuk tahun pertama. Model ini harus mengurangi hambatan masuk dengan memaksimalkan jumlah anggota, meningkatkan berbagi pengetahuan dan jumlah peluang bisnis yang tersedia di pasar kita.

Model ini memungkinkan kami berbuat lebih banyak untuk jaringan dan komunitas, karena pemasaran dan distribusi sudah tercakup. Itu berarti bahwa menyiapkan ruang kerja bersama untuk perusahaan FinTech, menyelenggarakan hackathon, dan / atau menjalankan akselerator adalah perpanjangan alami karena sponsor, investor, dan peserta sudah menjadi bagian dari organisasi. Dan program dapat

dijalankan dengan lebih murah karena sumber daya yang tumpang tindih . Itu membuat win-win untuk semua pihak yang terlibat. Ini juga memungkinkan kami untuk mendengarkan dengan cermat anggota kami dan menyesuaikan program dengan kebutuhan mereka saat ini secara efisien.

Hubungan Pemerintah

Mengingat potensi tarikan Holland FinTech pada perusahaan dari luar negeri dan kontribusinya pada ekosistem keuangan, kami mulai bekerja sama dengan pemerintah pada tahap yang sangat awal. Kami menjaga hubungan baik dengan Kementerian Luar Negeri, Urusan Ekonomi, regulator Belanda, Bank Sentral Belanda (DNB), serta Otoritas Pasar Keuangan (AFM). Pihak-pihak ini memainkan peran penting dalam membuat atau menghancurkan lanskap FinTech, sehingga kami ingin mereka mengetahui dan mendukung tujuan kami. Diskusi kami sangat konstruktif dan ada rasa urgensi dengan semua pemangku kepentingan bahwa kami tidak dapat melewatkan jendela peluang ini.

Salah satu perkembangan yang sangat penting di awal tahun 2015 adalah pembentukan StartupDelta, yang secara sederhana disebut “Kementerian Start-up”, yang dipimpin oleh mantan komisaris Uni Eropa Neelie Kroes. Organisasi ini menggabungkan kekuatan dari semua start-up dan penyedia layanan di Belanda, menghubungkan mereka secara internasional. Ini menciptakan momentum yang bagus untuk memulai dan menarik modal ventura ke Belanda. Secara khusus, StartupDelta memperkuat kerja sama antara perusahaan baru dan perusahaan besar.

Tantangan Pada Tahap Eksekusi

Jadi sekarang kita sedang dalam perjalanan dengan staf delapan puluh . Kami telah menyelenggarakan sepuluh acara sejak Oktober 2014, memiliki 65+ anggota pendamping (90% Belanda), 1500+ pembaca buletin, dan 2500+ pengikut Twitter. Baru-baru ini, tiga bank teratas Belanda bergabung dengan Holland FinTech sebagai anggota. Kami telah mengidentifikasi lebih dari 250 perusahaan FinTech di Belanda dan memperluas pemetaan geografis kami. Karena kota Amsterdam juga menerima inisiatif kami, kami akan segera mengungkap ruang untuk hub FinTech fisik kami di Amsterdam, yang akan menjadi “ harus dikunjungi” bagi mereka yang aktif di FinTech di seluruh dunia, mirip dengan Level39 di London. Tapi tentunya organisasi kita masih di tahap awal. Menghasilkan pendapatan yang cukup tetap menjadi tantangan saat bekerja dengan mitra korporat. Ini juga berarti bahwa kami bekerja dengan jumlah anggota staf yang terbatas dan bahwa kami mengandalkan staf paruh waktu dan sukarelawan. Tim kami sangat berkomitmen untuk membangun komunitas FinTech yang dinamis dan sejauh ini telah melakukan pekerjaan dengan baik!

Relevansi Internasional

Mendirikan organisasi yang bertujuan untuk mengelola seluruh ekosistem FinTech di suatu wilayah membutuhkan sumber daya yang berdedikasi dan cara untuk bermanuver. Waktunya harus tepat dan Anda mungkin dihadapkan dengan persaingan yang luas, tetapi itu tidak berarti bahwa Anda harus menghindari aktivitas di sekitar FinTech - selain juga Anda harus menemukan ceruk tertentu. Di London Anda melihat persaingan besar-besaran antara organisasi yang memfasilitasi FinTech dan semua orang, termasuk Walikota London, menyebut London sebagai Ibu kota FinTech dunia. Penjajaran itu mengirimkan pesan yang sangat kuat, yang dapat dipelajari oleh sebagian besar wilayah.

Pada Mei 2015, Konferensi ICT Spring Europe diadakan di Luxembourg. Konferensi ini berfokus terutama pada sektor FinTech. Dengan lebih dari lima ribu orang yang berpartisipasi dalam edisi keenam Musim Semi TIK Eropa ini, Luksemburg telah dengan jelas mengumumkan dirinya sebagai pesaing untuk menjadi pusat FinTech kelas dunia dengan ekosistem pertumbuhannya yang unik.

Jika perusahaan FinTech dapat membantu perbankan saat ini memberikan layanan pelanggan yang lebih baik, mereka telah lama menimbulkan kekhawatiran dan ketidakpercayaan kepada para pemain keuangan Luksemburg. Namun, dengan lebih dari 150 perusahaan FinTech didirikan di Luksemburg, yang sebagian besar telah bergabung dalam tiga tahun terakhir (dan masih banyak lagi yang akan datang), pasar Luksemburg kini telah dibuat sadar akan dinamika dan pentingnya start-up ini yang tidak dapat disangkal, yang telah menciptakan lebih dari sepuluh ribu pekerjaan di negara (11% dari total pekerjaan di Luksemburg). Para pelanggan yang berminat menunjukkan dalam teknologi baru harus mempercepat pertumbuhan sektor FinTech sebuah dengan memberikan peran yang lebih penting untuk perusahaan FinTech di dunia keuangan. Luksemburg harus mengimbangi revolusi teknologi ini untuk terus menjadi lapisan p utama dalam keuangan internasional. Dalam lanskap keuangan yang berubah, hari ini kita menyaksikan munculnya dua jenis FinTech: yang disebut FinTech “tradisional”, yang melengkapi pemain utama di sektor keuangan, dan FinTech yang “memecah belah”, sangat inovatif dan lebih bertentangan dengan fungsi tradisional sektor keuangan.

Luksemburg digadang-gadang menjadi salah satu pusat utama dunia untuk FinTech dan memang ada argumennya: menurut Laporan Teknologi Informasi Global terbaru yang diterbitkan oleh Forum Ekonomi Dunia, Luksemburg berada di peringkat kesembilan di seluruh dunia dalam hal memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan FinTech juga dapat memanfaatkan salah satu taman pusat data paling modern di Eropa.

Pusat keuangan Luksemburg adalah pasar global, sehingga sangat menarik untuk FinTech perusahaan start-up yang ingin memperluas internasional dengan menyediakan pasar Cerita saham ini perjalanan kita dalam lanskap FinTech sejauh ini dan kami sebuah im untuk terhubung ke orang lain dan organisasi yang ingin menjadi bagian dari pembentukan sistem ekonomi FinTech di seluruh dunia. Kami berharap visi ini akan memberikan arahan untuk pendekatan ekosistem terpadu.

Jika Luksemburg ditampilkan sebagai pelopor serius untuk menjadi pusat utama bagi FinTech karena peraturannya yang fleksibel, rezim pajak yang sangat ketat, lingkungan TI yang mendukung, dan sistem penyimpanan data yang efektif, upaya belum dilakukan untuk menjadi lebih baik. hubungkan “Fin” dan “Tech” dan bersaing dengan hub FinTech utama Eropa lainnya seperti London, Paris, atau Berlin. The fokus upaya ini harus berada di dua titik: inovasi dan fleksibilitas.

Kemampuan untuk berinovasi tetap menjadi tantangan utama bagi ambisi Luksemburg. Perusahaan FinTech tidak boleh dianggap sebagai pesaing yang mengancam pemain utama di sektor ini, melainkan sebagai mitra baru yang potensial. Dalam pasar di mana peningkatan sumber pendanaan dapat dibuat agar tersedia bagi konsumen, perbedaannya sekarang terletak pada kualitas perbankan dan layanan pelanggan. Bank bisa mendapatkan keuntungan dari keahlian perusahaan FinTech tidak hanya untuk

alat swalayan mereka, tetapi juga untuk meningkatkan hubungan mereka dengan klien. Revolusi FinTech mendorong banyak pemain “tradisional” untuk meninjau ulang organisasi mereka serta layanan yang ditawarkan kepada pelanggan dan menjadi lebih berpusat pada klien.

Banyak bank Luksemburg masih kekurangan infrastruktur yang diperlukan untuk menghadapi revolusi teknologi global, dan dengan demikian mempertahankan pendekatan yang hati-hati terhadap jenis inovasi ini. Namun, pendekatan yang semakin luas terhadap inovasi mendapatkan popularitas yang signifikan di antara para pemain keuangan Luksemburg. Kolaborasi menjadi semakin penting dalam industri layanan keuangan dan teknologi. Dengan demikian, sejumlah besar kolaborasi telah dibuat antara bank dan perusahaan FinTech: beberapa bank telah memutuskan untuk membeli perusahaan FinTech, memperoleh teknologinya untuk mengembangkannya secara “in-house”, sementara yang lain lebih suka mendanai mereka dengan menawarkan pinjaman.

Jika Luksemburg ingin memenuhi aspirasinya menjadi hub FinTech kelas dunia, upaya besar masih harus dilakukan untuk mengakses pendanaan. Akses pendanaan yang lebih baik menyiratkan tidak hanya pendanaan swasta, tetapi juga pendanaan publik. Melalui lembaga nasional seperti Luxinnovation, Badan Inovasi Nasional (didirikan pada tahun 1984 oleh beberapa entitas publik), pemerintah membantu perusahaan rintisan dalam mengurangi akses ke pendanaan publik. Pada tahun 2014, pemerintah mendukung hampir 300 proyek dan telah terlibat dalam pendirian 45 perusahaan baru, banyak di antaranya adalah perusahaan FinTech.

Investasi pada perusahaan FinTech tumbuh 201% secara global *year-over-year*, melonjak dari US \$ 4,05 miliar pada 2013 menjadi US \$ 12,21 miliar pada 2014. Pertumbuhan tersebut jelas menunjukkan bahwa sektor ini menjanjikan dan berpotensi. Meskipun Amerika Serikat merupakan bagian terbesar dengan sekitar 80% dari jumlah total, Eropa memiliki tingkat pertumbuhan tertinggi dengan peningkatan sebesar 215% tahun lalu. Jika bank saat ini ingin mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan yang didorong oleh sektor Fin Tech, inovasi melalui kerja sama dan investasi akan menjadi kuncinya.

Tantangan besar lainnya bagi Luksemburg adalah mengadopsi undang-undang yang fleksibel untuk memungkinkan FinTech berkembang biak dalam skala yang lebih besar, terutama dengan memfasilitasi kedatangan talenta seperti insinyur TI. Dengan lebih dari 70% tenaga kerjanya adalah orang asing, Luksemburg adalah tempat pertemuan internasional. Luksemburg harus mempromosikan lingkungan yang ramah bisnis untuk menarik bakat baru dan menjadi pusat perekrutan spesialis TI dan keuangan profil tinggi. Meskipun kerangka peraturan saat ini memudahkan integrasi teknologi keuangan ke dalam sektor keuangan, negara tersebut harus lebih melonggarkan lingkungannya, untuk memungkinkan pelaku baru memasuki pasar jasa keuangan. Kami mengharapkan CSSF (*Commission de Surveillance du Secteur Financier*), otoritas pengawas nasional Luksemburg, untuk meningkatkan kerangka peraturan saat ini untuk menyediakan lingkungan peraturan yang lebih *sui table* bagi perusahaan FinTech.

Pada tanggal 20 Oktober 2014, Perdana Menteri dan Menteri Komunikasi dan Media, Xavier Bettel, mempresentasikan inisiatif “*Digital Lëtzebuerg*” kepada Parlemen. Selama konferensi pers yang diadakan setelah presentasi, Perdana Menteri menyoroti peningkatan ekonomi Luksemburg dengan kedatangan perusahaan FinTech di negara tersebut, baik di sektor e-commerce, cloud computing, Big Data, atau e-payment technology.

Dengan inisiatif ini, pemerintah ingin mengokohkan posisi negara di sektor TI dalam jangka panjang untuk mendiversifikasi ekonominya, sambil memungkinkan warga memperoleh manfaat dari layanan yang lebih baik dan lebih murah yang dapat ditawarkan oleh perusahaan FinTech yang inovatif. Inisiatif ini akan berfokus pada pengembangan inovasi dan akses ke pendanaan untuk perusahaan rintisan FinTech dan promosi daya tarik Luksemburg di luar negeri.

Inisiatif “*Digital Lëtzebuerg*” adalah demonstrasi yang jelas dari keinginan pemerintah untuk memberikan wajah baru ke Luksemburg sebagai negara yang moderat, terbuka, dan terhubung, siap untuk merangkul era teknologi layanan keuangan. Inisiatif ini harus mempertemukan pemain keuangan utama atau Luksemburg dari sektor publik, swasta, dan akademis.

Luksemburg tidak diragukan lagi menjadi semakin sadar akan tantangan yang dihadapinya, dan semakin banyaknya gerakan progresif yang diambil - tidak hanya dengan “*Digital Lëtzebuerg*”, tetapi juga dengan berbagai lembaga pemikir, program, inkubator, dan akselerator - merupakan bukti dari kesiapan sektor keuangan Luksemburg untuk mendiversifikasi ekonomi negara dengan membantu, menjalankan, dan mengembangkan start-up FinTech baik secara nasional maupun internasional.

Terdapat banyak toko online yang sukses menggunakan FinTech di Luksemburg, dan banyak pemain utama, baik dari sektor swasta maupun publik, membantu perusahaan FinTech mencapai pertumbuhan global. Perkembangan sektor FinTech di Luksemburg seharusnya semakin berhasil karena kami mengamati meningkatnya minat dan dukungan yang diperoleh sektor ini dari para pemain industri keuangan yang lebih konservatif. Negara ini siap untuk dengan cepat menyesuaikan kerangka regulasi yang sangat menarik untuk revolusi baru ini, yang darinya seluruh perekonomian nasional dapat memperoleh keuntungan.

3.5

Wina sebagai FinTech Hub No. 1 dalam Pembayaran Seluler

London memperoleh posisinya sebagai pusat FinTech Eropa pertama kali. Selain ukuran industri perbankannya yang berkembang dengan baik, ini adalah salah satu alasan utama mengapa London saat ini tidak diragukan lagi adalah Ibukota Teknologi Eropa. Sementara London mempertahankan posisinya yang dominan, beberapa pemerintah dan kota berinvestasi besar-besaran untuk membangun hotspot FinTech mereka sendiri. Salah satu pemain *up-and-coming* ini adalah Wina, ibu kota Austria. Opsi hub FinTech Wina berbeda dari BerlinFrankfurt, atau Zurich. Karena faktor sejarah yang berbeda, Wina berpeluang menjadi hub FinTech terkemuka di sektor vertikal, yaitu pembayaran dan tiket.

Salah satu argumen paling signifikan untuk keunggulan kompetitif Wina adalah lokasinya yang strategis, sejarah hubungan perbankan dan faktor unik tertentu. Bank Austria memiliki sekitar 50 juta nasabah di Eropa Tengah dan Timur (CEE) dan, melalui anak perusahaan mereka di bidang pembayaran yang dibentuk pada tahun 1980 an, secara kolektif memiliki keunggulan strategis yang luar biasa dalam perlombaan pembayaran seluler. Faktor ini, dalam kombinasi dengan start-up up di bidang pembayaran, menyediakan tanah subur untuk inovasi teknologi yang dapat mengikuti dari beberapa inovasi Austria sebelumnya, seperti e-card perawatan kesehatan Austria pada tahun 2005, teknologi jalan tol, atau

Austrian “Bankomatkarte. Perlu juga dicatat bahwa Austria adalah tempat kelahiran teknologi NFC, standar industri saat ini untuk pembayaran nirsentuh.

Industri pembayaran pada umumnya, dan khususnya pembayaran mobile/online, pada dasarnya dibangun di atas “teknologi kerjasama”. Seperti yang dikatakan oleh Konfusius, “bahkan orang terkuat pun tidak dapat mengangkat dirinya sendiri.” Lingkungan memberikan kesempatan yang benar-benar unik bagi para pemula yang cerdas untuk mengembangkan solusi pembayaran mobil kelas dunia menggunakan teknologi kerjasama ini, karena konstelasi pengambil keputusan yang tidak terlalu rumit, dengan hanya beberapa bank besar, operator jaringan seluler (MNO), dan penyedia layanan pembayaran (PSP) yang beroperasi di Austria.

Bab ini membahas posisi awal, para pemain yang terlibat, keunggulan kompetitif, dan apa artinya ini bagi Eropa dan industri pembayaran seluler (lihat Tabel di bawah).

Tabel: Basis awal - fakta dan angka pembayaran (dalam juta)

Penduduk Austria	8,5 juta
Jumlah akun saat ini	> 8.0 juta
DI basis pelanggan bank di CEE	> 50 juta
De bit cards di AT (Bankomatkarte)	9.1 juta
Kartu kredit	2,9 juta
Penetrasi smartphone	> 70%

Hampir semua orang Austria memiliki setidaknya satu kartu pembayaran (rata-rata 1,4 kartu per orang), tetapi dibandingkan dengan orang Skandinavia atau orang di Inggris, misalnya, orang Austria masih enggan menggunakan kartu mereka. Uang tunai masih menjadi raja di Austria. Sebanyak 12 juta kartu pembayaran digunakan untuk kurang dari 500 juta transaksi pembayaran per tahun - sekitar 420 juta transaksi kartu debit (dengan Bankomatkarte) dan sekitar 80 juta transaksi kartu kredit. Austria saat ini, seperti Jerman, masih merupakan negara uang tunai, tetapi semua tanda menunjukkan peningkatan yang kuat dalam pembayaran non-tunai di tahun-tahun mendatang, karena berbagai alasan dan faktor, yang datang dari arah yang berbeda dan dari motif yang berbeda.

Di satu sisi - dan ini adalah perubahan yang signifikan - pembuat kebijakan telah menyadari bahwa masyarakat yang lebih non-tunai berkorelasi dengan lebih sedikit penghindaran pajak, terutama sejauh menyangkut PPN. Pemerintah Austria baru-baru ini mengadopsi undang-undang yang memaksa bisnis untuk memasang terminal titik penjualan elektronik (POS) yang terhubung ke Pusat Komputasi Federal (*Bundesrechenzentrum*), penyedia layanan TI dari administrasi federal Austria.

Kedua, dan bahkan faktor yang lebih penting adalah Austria membayar tertentu ment infrastruktur hanya dengan beberapa pemain dan relatif tidak rumit dan mudah jalur upgrade terhadap ponsel infrastruktur pembayaran dari etailer dan sisi POS. Hal yang menarik adalah bank dan penyedia layanan pembayaran berada pada posisi yang lemah untuk membangun dompet *all-in-one* terintegrasi yang berpusat pada pengguna dan ramah pengguna, karena kurangnya netralitas. Ruang ini disediakan untuk pelaku usaha digital besar dari AS dan Asia atau start-up netral Eropa .

Dasar Awal Khusus untuk Pembayaran Seluler

Meskipun saat ini masih merupakan “negara tunai”, dengan lebih dari 80% transaksi tunai, posisi Austria dalam transisi mendatang ke pembayaran mobile cukup unik. Ini tampak seolah-olah, selama tiga tahun terakhir, bank Austria dan industri usaha pembayaran mampu menciptakan landasan bagi ponsel revolusi pembayaran, yang dapat bahkan menjadi model untuk Eropa. Fakta bahwa bank Austria memiliki lebih dari 50 juta nasabah dengan rekening giro di kawasan CEE juga merupakan salah satu alasan mengapa industri pembayaran Eropa harus memperhatikan pembayaran seluler dalam novasi yang sedang terjadi di Austria.

Tetapi yang lebih penting adalah fakta bahwa bank Austria, melalui penyedia layanan pembayaran afiliasinya PSA Payment Services Austria GmbH, yang dimiliki oleh semua bank Austria, berhasil mendapatkan tiga operator jaringan seluler terbesar, Telekom Austria A1, T-Mobile dan Three, bergabung dalam satu wadah untuk apa yang mungkin merupakan usaha patungan yang inovatif: kartu debit seluler pada telepon pintar (Bankomatkarte seluler), yang pada tahun 2016 juga akan mencakup skema kredit. Deskripsi kata kunci singkat dari proyek ini adalah:

- Elemen aman berbasis SIM.
- Semua bank dan semua MNO di kapal.
- Ponsel Android saja (karena kebijakan NFC Apple).
- Hanya kartu debit (tahun 2015).
- Kartu kredit pada tahun 2016.

Keputusan bank Austria dan afiliasinya yaitu PSA dari 2013, untuk mengganti semua kartu plastik dengan kartu NFC nirkontak hingga akhir 2015, menempatkan pengecer dan pengakuisisi di bawah tekanan untuk meningkatkan terminal POS ke teknologi NFC. Ini Langkah oleh bank, mendirikan POS-sisi INFRASTRUCTURE untuk pembayaran mobile, yang terjadi cukup cepat, memang jauh lebih cepat daripada di negara-negara Uni Eropa lainnya. Artinya, setelah 2016, tahapan pembayaran seluler di Austria akan ditetapkan.

Jadi, mulai Quarter ke 4 2015 dan seterusnya, Austria memiliki opsi untuk menggunakan kartu debit mereka Bankomatkarte sebagai aplikasi di ponsel mereka, melalui aplikasi yang berbeda dari bank dan operator jaringan seluler.

Pemula Di Bidang FinTech

Bank Austria akan memberikan pelanggan mereka pilihan untuk mentransfer kartu debit mereka Bankomatkarte ke smartphone. Meskipun inovatif dan ambisius, semua ini tampak seperti fragmentasi dan kompleksitas dari sudut pandang pelanggan dan pengguna smartphone. Pertanyaan kuncinya tetap: apakah rata-rata pengguna smartphone menentang pengguna ramah proyek percontohan, pilih ini? Pertanyaan ini tetap tidak terjawab.

Austria memiliki dua opsi ke depan. Di satu sisi, mungkin akan menyambut raksasa IT seperti Apple, Samsung, Google, dengan dompet netral mereka, segera setelah mereka siap memasuki benua itu. Di sisi lain, start-up yang netral, ditempatkan secara cerdas di antara pemangku kepentingan dan kelompok pemangku kepentingan, akan memiliki peluang yang luar biasa di sini. Kompleksitas ruang pembayaran

EU, dengan peraturan yang berbeda dan ekosistem pembayaran yang berbeda, negara demi negara, akan mempersulit orang-orang besar dari AS dan Timur Tengah. Kemungkinannya adalah lima hingga sepuluh tahun dari sekarang, pemain dominan di segmen pembayaran seluler adalah perusahaan yang belum pernah terdengar sebelumnya, atau yang bahkan belum didirikan.

Lingkungan Modal Ventura terkait FinTech Lokal

Ada kumpulan venture capital (VC) yang kecil tapi terus berkembang di Austria. Tapi siapa investor yang relevan untuk perusahaan rintisan FinTech dan jenis pemosisian dan spesialisasi apa yang mereka bina?

Pemain yang stabil dan penting dalam ekosistem lokal adalah Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH (AWS), bank promosi federal Austria. Sejak 2013, AWS Founder Fund berpartisipasi dalam usaha Austria dengan potensi pertumbuhan terukur Eropa kelas atas. Penyandang dana membutuhkan investasi ekuitas hingga € 3 juta dan memiliki seperangkat macam target segmentasi. Penekanan portofolio saat ini adalah pada hub dan pasar digital. Selanjutnya, Erste Bank memainkan peran penting dalam pengawasan Penyandang Dana, dengan mengambil bagian dalam awal penggalangan dana dengan € 3,5 juta, dan juga mewakili investasi dana komite.

Salah satu pemain lama VC di Wina adalah Speedinvest, yang mengelola portofolio FinTech yang sudah menarik (sorotannya adalah Wiki folio dan Holvi). Pendetang baru yang mengesankan adalah Venionaire, tim muda yang terampil dengan jaringan yang kuat dalam pusat modal ventura AS yang relevan, New York (Pantai Timur) dan Silicon Valley (Pantai Barat) yang memasuki pasar. SevenVentures (ProSiebenSat.1 Media AG) adalah bagian dari Media Alliance Eropa dan oleh karena itu memiliki potensi untuk meningkatkan kesuksesan perusahaan rintisan, merek, dan produk mereka. Sebagai landasan peluncuran, SevenVentures menawarkan akses ke lebih dari 200 juta rumah tangga di Eropa. Austria melayani di dalam grup sebagai pasar uji coba.

Bahkan kantor keluarga menawarkan potensi pengembangan yang baik untuk usaha di Austria. Tokoh terkemuka dan tokoh terkenal bertindak sebagai malaikat bisnis di bidang kompetensi sebelumnya dan menawarkan pendekatan terstruktur, mirip dengan model yang sesuai dengan EUVECA, tetapi diberkahi dengan lebih banyak fleksibilitas dan jangkauan strategis.

Beberapa tren umum - di samping siklus booming yang sedang berlangsung dalam modal ventura kelas aset - adalah putaran penggalangan dana yang lebih besar dan peningkatan ukuran tiket Speedinvest dan Venionaire yang berbasis di Austria menjadwalkan penutupan lebih dari € 50 juta pada tahun 2015.

Sebagai inkubator khusus dan pusat pengembangan bisnis, MEP *Mobile Equity Partners* berfokus pada disiplin vertikal FinTech pembayaran seluler dan tiket seluler. MEP bertindak sebagai penyeberangan antara bank dan MNO, antara pemain lama dan start-up baru. MEP menempatkan investasi awal dan tahap awal yang menawarkan kesesuaian pelengkap dan pelengkap untuk kluster pembayaran seluler yang relevan. Bersama dengan yang lain, MEP mendukung pembentukan hub pengembangan bisnis berbasis pengetahuan untuk menciptakan platform baru untuk kerjasama dan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi Eropa.

Kesimpulan: Membuka Potensi

Pusat pembayaran seluler yang sukses di Wina akan meningkatkan infrastruktur yang ada dan melibatkan kapasitas organisasi dan pengembangan bisnis, termasuk bank, MNO, dan perusahaan baru yang terspesialisasi lebih lanjut, menciptakan taruhan dalam rantai nilai industri pembayaran. Lokasi strategis Austria antara Eropa Barat dan CEE, pengaturan lembaga keuangannya yang unik, dan ukuran pasar yang relatif kecil (yang menghindari persaingan yang signifikan, membuat kasus FinTech yang menarik untuk berkembang.

3.6

Ekosistem FinTech India

Bank besar, bursa saham besar, perusahaan besar, penekanan besar pada teknologi, perusahaan e-niaga besar, investasi besar, dan wirausahawan ambisius menjadi besar di negara terpadat kedua di dunia: semua faktor yang berkontribusi ini membuat FinTech luar biasa besar di India. Pada tahun 2015 saja, investasi pada perusahaan rintisan yang terkait dengan FinTech di Indonesia telah melampaui angka miliaran di seluruh spektrum. Miliaran populasi India yang beragam secara sosial ekonomi juga membuka jalan lebar bagi aktivitas FinTech, dalam hal bakat, peluang inovasi, dan pasar yang besar untuk dilayani. dan diolah. Ekosistem fintech India berevolusi secara signifikan dengan upaya yang cukup besar dari lembaga keuangan, startup, pemerintah, pemodal ventura, dan regulator untuk menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi inovasi fintech yang kondusif dan saling bekerja sama.

Menurut laporan Yes Bank, nilai transaksi untuk sektor fintech India diperkirakan sekitar US \$ 33 miliar pada 2016 dan diperkirakan mencapai US \$ 73 miliar pada 2020 yang tumbuh pada CAGR lima tahun sebesar 22%. Baik sektor publik maupun swasta menjangkau jalan-jalan ini, memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk menciptakan solusi yang langgeng, dari menjembatani kesenjangan dalam akses ke layanan keuangan di pasar yang belum terlayani, hingga menangkap populasi seluler yang semakin cerdas dan berjejaring dengan pemotongan mobilitas tepi.

Area Inovasi

Dengan latar belakang inovasi dan investasi ini, orang dapat melihat pertumbuhan dan peluang yang berkelanjutan di sektor swasta. Salah satu pasar online pertama India yang berfokus pada produk keuangan pribadi, BankBazaar telah mendapatkan INR 375 crores (US \$ 60 juta) dalam putaran pendanaan terbarunya. Didirikan pada tahun 2008, Bank Bazaar terus memosisikan dirinya untuk terus mengembangkan *customer basic* dan berinvestasi pada aplikasi selulernya seiring dengan semakin banyaknya pelanggan yang beralih ke ponsel mereka untuk mengakses layanan tersebut. Dengan semakin banyak orang beralih ke ponsel mereka sebagai titik interaksi pertama dengan situs, akan menjadi semakin penting untuk memastikan bahwa perusahaan, serta start-up di masa depan, menggabungkan aplikasi mobil sebagai fitur integral.

Jocata adalah perusahaan FinTech terkemuka lainnya yang menawarkan produk Know-Your-Client (KYC) dan Anti-Money Laundering (AML). Teknologi ini mendukung pengurangan biaya kepatuhan dengan membantu memenuhi ekspektasi peraturan serta menyediakan data standar dan dapat digunakan kembali dari pelanggannya. Dipilih untuk FinTech Innovation Lab yang dijalankan oleh

Accenture, jelas terlihat bahwa dunia bersedia berinvestasi di perusahaan rintisan India karena potensi mereka yang nyata .

Bank tradisional mungkin merasakan panasnya permulaan gema FinTech karena mereka melihat pendapatan fee mereka dari pembayaran online menurun. HDFC Bank, bank terbesar kedua di India, mengalami penurunan biaya pembayaran sebesar 30%. Sebagai tanggapan, ia telah bermitra dengan e-tailer seperti Snapdeal dan Flipkart untuk meluncurkan model belanja di situs webnya guna mendorong pelanggan menggunakan platform mereka dalam upaya untuk menarik kembali biaya dari aktivitas e-niaga . Sektor e-niaga yang sedang tumbuh akan terus merevolusi pasar pembayaran karena semakin banyak orang beralih ke web untuk membeli dan menjual produk di negara yang beragam ini.

FinTech juga mengganggu sektor sosial, dengan Mi laap menjadi salah satu platform penggalangan dana online terbesar. Ini memungkinkan orang dari seluruh dunia untuk mendanai dan membantu masyarakat di India yang membutuhkan fasilitas dasar seperti sanitasi dan akses ke air minum bersih. Dengan menjanjikan sejumlah kecil uang yang serupa dengan model bisnis pinjaman mikro, Milaap menggunakan jaringan relawan untuk bekerja dengan mitra lapangan guna meninjau aplikasi pinjaman dan memastikan uang tersebut dikirim ke peminjam akhir. Ini terbukti menjadi cara yang ampuh untuk mengumpulkan dana bagi mereka yang membutuhkannya, dengan melewati bank tradisional yang prosesnya dapat macet dalam birokrasi dan penundaan yang tidak perlu.

Tidaklah mengherankan jika kancah FinTech kini mengganggu industri makanan di India, yang dikenal sebagai “Negeri Rempah-rempah”. Perusahaan rintisan Foodtech di India menjadi lebih populer daripada ruang e-commerce yang berkembang pesat. Dengan industri makanan India dikatakan mewakili pasar \$ 50 miliar, telah terjadi peningkatan jumlah perusahaan baru di bidang ini. Misalnya, Feazt adalah platform yang menghubungkan pecinta makanan di seluruh kota dengan memungkinkan mereka mengadakan pesta makan malam atau menjadi tamu. Para tamu akan membayar jumlah tertentu per makanan dan tuan rumah dikenai biaya berlangganan minimum dan biaya pendaftaran untuk menggunakan platform.

Sebuah Hub Kolektif

Dengan semakin banyaknya inovasi yang muncul di hampir setiap industri, tidak mengherankan jika pendanaan angel and venture capital (VC) mencapai titik tertinggi sepanjang masa. Start-up India sekarang secara aktif mengumpulkan \$ 3,5 miliar dalam pendanaan pada paruh pertama tahun 2015, yang telah melampaui nilai total kesepakatan di seluruh tahun 2014. Helion Venture Partners, Sequoia Capital, Blume Ventures, Kalaari Capital, Accel mitra, Matrix mitra, Tiger global, IDG Ventures, dan Softbank merupakan campuran India dari active lokal dan investor internasional, Bangalore terkemuka investasi s dengan \$ 2,43 miliar, New Delhi pada \$ 1,43 billi pada, dan Mumbai di \$ 610.000.000, c ementing kisah sukses dari inovasi dengan jasa investasi. Berjalan secara paralel, meredanya regulasi tions didorong oleh Reserve Bank of India (RBI) memiliki faktor ilitated pertumbuhan ekonomi. Karena infrastruktur mereka yang ada, metropolitan India seperti Mumbai, Pune, Hyderabad, Bangalore, dan Chennai dengan cepat menjadi pusat kolektif untuk kegiatan FinTech di negara tersebut. Ini budaya dan bisnis cen aspiratif tres memiliki tulang punggung lengkap yang FinTech hub berkembang pada seluruh dunia: perbankan dan Finan lembaga resmi di depan publik dan domain privat, non-perbankan perusahaan keuangan (NBFCs), perusahaan multinasiona dari kedua industri produksi dan jasa,

kembali- kantor akhir, start-up dan wirausaha, inkubator, investor, dan kumpulan bakat untuk mendorong hal di atas.

Jumlah pusat keuangan di negara ini juga terus meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh MasterCard, tujuh kota India menempati peringkat di antara 65 pusat keuangan teratas di negara berkembang. Mumbai, New Delhi, Bangalore, Chennai, Hyderabad, Kolkata, Pune, dan Coimbat bijih semuanya terdaftar dalam hal kondusifitasnya bagi inovasi keuangan dan infrastruktur, lingkungan ekonomi dan komersial, pertumbuhan dan pengembangan, konektivitas komersial, pendidikan, konektivitas TI, kualitas kehidupan perkotaan, dan keamanan. Mumbai, yang secara de facto disebut sebagai ibu kota keuangan India, menempati peringkat tertinggi di antara rekan senegarannya. Sebagai didirikan hub jasa keuangan, merumahkan penting India st pertukaran OCK dan berfungsi sebagai markas banyak financ nasional dan internasional lembaga kali diubah. Ini juga merupakan modal investasi yang berfungsi sebagai rumah bagi banyak perusahaan VC dan investor malaikat.

Bangalore sering dipuji sebagai modal awal India, dengan persaingan ketat dari Delhi, Mumbai, dan ekosistem yang akan datang di Pune. Raksasa TI perintis di India - Wipro, Infosys, dan TCS - semuanya memulai operasinya dari Bangalore, dan telah menjadi pemain kunci dalam TI dan dukungan back-end untuk lembaga keuangan. Ini menjadi preseden bagi kekayaan pengusaha dan modal investasi kota. Kota-kota ini, bersama dengan pusat inovasi yang berkembang seperti Chennai dan Hyderabad, telah menjadi tempat uji coba bagi berbagai perusahaan rintisan FinTech yang bekerja di pasar modal, pembayaran, keuangan mikro, perdagangan, dan perangkat institusional.

Masa depan FinTech di India diatur pada lapangan permainan dengan aspirasi yang tinggi, ekspektasi yang lebih tinggi, dan rasa optimisme yang diperbarui. Gujarat International Finance Tech-City (GIFT city) yang didukung pemerintah adalah langkah besar menuju masa depan. GIFT City adalah sebuah proyek ambisius yang melayani sebagai International financ besar e Service Center (IFSC) dibangun dengan tujuan tunggal menyediakan infrastruktur untuk pusat-pusat keuangan global dan lokal untuk mendirikan basis untuk operasi mereka. Menargetkan perusahaan yang didorong oleh bakat India di IFSC yang dibatasi ruang seperti Dubai dan Singapura, GIFT City bertujuan untuk menjadi pusat ketenagakerjaan FinTech yang sedang berkembang pesat. Pekerjaan di FinTech juga umumnya meningkat di India. Sektor Perbankan, Jasa Keuangan dan Asuransi saja menghasilkan hampir 22,00 0 pekerjaan. Di antara pusat-pusat tersebut, Pune menduduki puncak daftar dalam penciptaan lapangan kerja, dengan semua kota yang disebutkan di atas menunjukkan pertumbuhan dalam pekerjaan baru. Ini tidak mengherankan mengingat bahwa perusahaan seperti SunGard, Fundtech, MasterCard, Fiserv, dan First Data sudah memiliki pusat di Pune, dengan MasterCard mengembangkan pusat teknologi terbesar mereka di luar AS di kota.

Untuk menyimpulkan pandangan India sebagai pusat FinTech, kita perlu melihat seluruh negara sebagai pusat kolektif dari aktivitas FinTech. Dengan berbagai wilayah metropolitan yang berfokus pada kepentingan yang berbeda dan mengatasi berbagai tantangan yang berkaitan dengan layanan keuangan, tulang punggung umum yang mendorong kota-kota ini adalah semangat inovasi, dukungan regulator, dan janji investasi. Tidak seperti hub FinTech di seluruh dunia, warisannya tidak akan menjadi bank dengan status mapannya, melainkan pada pengembangan yang dapat dibangunnya di seluruh negeri.

Dari banyak perspektif, Singapura dipandang sebagai contoh global untuk pembangunan yang luar biasa dan pertumbuhan yang tak tertandingi selama 50 tahun terakhir. Berlokasi strategis di persimpangan pembangunan regional yang akan mempertimbangkan wilayah yang lebih besar dari Eropa (dalam hal pertumbuhan, populasi, dan demografi yang menjanjikan), Singapura memiliki potensi luar biasa untuk membawa dunia ke Asia, dan Asia ke dunia.

Kehadiran internasional Singapura dibangun atas dasar upaya yang stabil, kerangka peraturan yang ketat, dan prosedur administrasi yang efisien, sementara posisi strategisnya menjadikannya landasan peluncuran yang ideal untuk pembangunan regional ke negara-negara yang lebih besar dan lebih padat seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina.

Penggerak Utama FinTech di Singapura

Berdasarkan Indeks Pusat Keuangan Global, Singapura berada di peringkat ke-4 pusat keuangan terbesar di dunia, dan juga menempati peringkat ke-1 pada Laporan Teknologi Informasi Global Forum Ekonomi Dunia 2015. Pertemuan kematangan keuangan dan kesiapan teknologi ini sangat penting untuk percepatan industri FinTech, dan secara alami menunjuk ke Singapura sebagai hub FinTech. Meskipun FinTech adalah gerakan global yang memperoleh banyak daya tarik dan momentum, penting untuk diketahui bahwa berbagai geografi memiliki pendorong yang berbeda dalam ekosistemnya masing-masing. Membandingkan ekonomi sangat maju di Eropa dan Amerika Serikat terhadap pengembangan eco nomies di Asia, itu adalah jelas driver bervariasi. FinTech di negara maju berasal dari basis inovasi dan nilai tambah, sementara FinTech dalam perekonomian negara berkembang didorong oleh kebutuhan kritis untuk mengatasi titik-titik kesulitan, yang sangat terasa di ekonomi masing-masing.

Menggeneralisasi pendorong FinTech di Asia sangatlah tepat karena terdapat perpaduan yang sehat antara negara maju dan berkembang di kawasan ini. Dari sudut pandang regional, inklusi keuangan masih menjadi masalah utama yang, jika tidak ditangani, menghambat perkembangan kematangan keuangan di banyak negara tersebut. Oleh karena itu, baik untuk alasan altruistik atau hanya untuk alasan bisnis yang baik, disadari atau tidak, banyak perusahaan FinTech di Asia sedang menangani masalah yang berkaitan dengan aspek inklusi keuangan. Penggerak utama FinTech lainnya di Singapura adalah lingkungan bisnis yang kondusif.

Kewirausahaan dan inovasi sangat didukung oleh entitas terkait pemerintah seperti SPRING Singapore, International Enterprise Singapore (“IE Singapore”), Singapore Economic Development Board (“EDB”), dan Infocomm Development Authority of Singapore (“IDA”). Organisasi-organisasi ini dengan sengaja mendorong inisiatif yang bertujuan untuk mendorong dan menumbuhkan inovasi dan usaha di lingkungan lokal. Kerangka hukum Singapura yang kuat juga memberikan kenyamanan dan stabilitas tingkat tinggi bagi perusahaan FinTech untuk membangun diri di sini.

Keterlibatan besar *Monetary Authority of Singapore* (“MAS”) dalam aktivitas FinTech merupakan perkembangan positif lainnya bagi Singapura. Baru-baru ini, MAS mengumumkan Chief FinTech Officer yang akan melayani sebagai pintu masuk bagi perusahaan FinTech ke MAS, dan Hub Inovasi

yang serupa dengan FCA di Inggris akan dibentuk. Mereka juga telah menegaskan komitmen kuat mereka terhadap FinTech dengan memberikan \$ 225 juta untuk skema Teknologi & Inovasi Sektor Keuangan (“FSTI”). Terakhir, ada lonjakan nyata dalam sumber informasi dan pembuatan konten terkait dengan FinTech. Institusi pendidikan ternama seperti Singapore Management University (“SMU”) telah mendirikan beberapa entitas seperti Financial IT Academy (“FITA”) atau Sim Kee Boon Institute for Financial Economics (“SKBI”), sementara beberapa bank lokal telah telah menjelajahi program pengembangan berturut-turut dengan penekanan pada FinTech. Ke depan, perputaran dan penyempurnaan berulang dari pengetahuan FinTech bersama akan berkontribusi pada kesadaran, minat, dan pendidikan publik yang lebih luas, yang secara tidak langsung juga mendorong aktivitas FinTech ke tingkat yang lebih tinggi.

Ekosistem FinTech Singapura

Ekosistem FinTech yang sukses dan berkembang umumnya ditandai dengan kehadiran tiga elemen utama: (1) pelacur dan wirausahawan FinTech, (2) modal investasi untuk mendanai pertumbuhan perusahaan rintisan, dan (3) komunitas mentor yang berpendidikan dan para ahli.

Pertama, meskipun mungkin tidak segera terlihat, ada lebih dari seratus perusahaan rintisan FinTech yang berbasis di Singapura yang melihat ke pasar B2C / B2B Singapura atau menggunakan negara tersebut sebagai hub untuk mengoperasikan di seluruh wilayah. Melihat secara vertikal dalam FinTech, start-up mewakili tren umum yang terlihat di seluruh dunia, dari pembayaran hingga perdagangan hingga teknologi blockchain dan solusi back office. Banyak profesional keuangan, yang terinspirasi oleh kesuksesan orang lain dan tertarik oleh lingkungan yang mendukung, meninggalkan kehidupan kecil mereka untuk memulai perusahaan mereka sendiri.

Kedua, dalam beberapa tahun terakhir banyak pemodal ventura (VC) lokal dan global telah mengamati dengan cermat perkembangan industri FinTech di Asia Tenggara. Meskipun ini adalah industri yang cukup baru, terutama untuk VC, investasi pertama telah dilakukan dan dana yang baru dikumpulkan ini akan menjadi aliran penting investasi modal untuk industri FinTech. Karena sebagian besar perusahaan baru di berbagai industri teknologi di wilayah ini sedang mencari produk B2C, para VC menjadi sangat bersemangat dalam menskalakan solusi B2C FinTech untuk Asia Tenggara. Selain itu, banyak profesional perbankan / hedge fund / ekuitas swasta mulai menginvestasikan modal swasta di tahap awal permulaan untuk mendanai pertumbuhan, sambil berbagi wawasan dan menjembatani koneksi penting dengan pemain kunci di industri.

Ketiga, perlu diperhatikan juga bahwa komunitas mentor, pakar, dan malaikat FinTech berkembang pesat. Acara seperti Echelon, Tech in Asia, FinTech Social, Next Bank Meetup, Hackathons, dan Pitch Days menarik banyak wirausahawan dan profesional keuangan yang tertarik untuk menjadi bagian dari komunitas dan bergabung dengan gerakan FinTech yang sedang berkembang. Dibandingkan dengan perusahaan keuangan lain di Asia, kekuatan komunitas FinTech Singapura membuat perbedaan dan memberikan landasan yang bagus bagi wirausahawan, lembaga keuangan, dan investor untuk bekerja sama. Perusahaan rintisan FinTech di seluruh Asia menyadari fakta ini dan pindah ke Singapura untuk mengembangkan bisnis mereka. Bahkan perusahaan rintisan yang memiliki pasar B2C rumahan yang besar, seperti India dan Indonesia, datang ke Singapura, mengetahui bahwa memperoleh pengetahuan FinTech sangat penting untuk kesuksesan mereka, dan keterbukaan mentor untuk membantu adalah unik di wilayah ini.

Mengambil pandangan yang lebih luas tentang ecosystem FinTech di Singapura, pelaku pasar utama termasuk pemerintah dan badan pengatur, investor, perusahaan FinTech, lembaga keuangan, perusahaan teknologi dan telekomunikasi, asosiasi bisnis / masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya.

Para pelaku pasar di Singapura ini memiliki hak istimewa untuk melihat masa depan dengan melihat beberapa ekonomi yang lebih matang di Eropa dan AS. Kami telah melihat lembaga-lembaga keuangan yang mapan di Singapura mencerminkan beberapa strategi yang diadopsi di luar negeri, seperti mendirikan pusat inovasi, bermitra dengan akselerator dan inkubator, mendirikan badan modal ventura untuk mengakuisisi perusahaan FinTech, dan menjalin kemitraan dan kesepakatan dengan FinTech perusahaan. Jika perusahaan teknologi dan telekomunikasi yang sedang menjabat telah dengan hati-hati menghindari sorotan, pengamatan lebih dekat akan mengungkapkan bahwa mereka juga jelas-jelas tidak menganggur dalam periode kritis revolusi FinTech ini.

Peluang menarik lainnya untuk FinTech di Singapura adalah menggunakan sinergi di seluruh sektor teknologi lainnya. Karena FinTech memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari setiap orang, ada alasan bagus untuk mengintegrasikan solusi dengan sektor lain, seperti Teknologi Kesehatan, Teknologi Pendidikan, dan Kota Cerdas. Pemerintah Singapura juga menginvestasikan upaya untuk menyatukan industri teknologi dan menyediakan lingkungan yang lebih baik untuk integrasi yang lebih dalam. Ini adalah langkah yang disambut baik, karena FinTech seharusnya tidak hanya terbatas pada silo-nya sendiri, tetapi memiliki peluang untuk menciptakan dampak pada banyak lapisan kehidupan konsumen yang berbeda.

Agar Singapura benar-benar muncul sebagai hub FinTech, diperlukan organisasi perwakilan untuk menyatukan para peserta utama ini, untuk menjembatani perusahaan besar di kawasan pusat bisnis, perusahaan rintisan di akar rumput, dan banyak lainnya. organisasi dalam rantai nilai di antara dan juga di seluruh siklus hidup yang berbeda.

3.8

Ekosistem Fintech Indonesia

Di Indonesia sendiri, FinTech hadir sebagai salah satu katalis dalam meningkatkan inklusi finansial. Indonesia memiliki lebih dari 200 juta penduduk yang tersebar dalam wilayah kepulauan yang luas. Kondisi geografis yang sedemikian rupa menjadikan tantangan tersendiri bagi perbankan tradisional untuk menjangkau masyarakat yang berada di pedalaman Indonesia.

Sebagai dampaknya, hanya 20 persen dari total populasi Indonesia yang memiliki akun di perbankan formal. Pada sektor UMKM sendiri, 79 persen dari 56.5 juta UMKM yang ada di Indonesia tidak memiliki akun di bank. Namun demikian, penetrasi teknologi smartphone yang sangat tinggi di Indonesia membuka peluang tersendiri bagi industri jasa perbankan. Didukung dengan masterplan pengembangan infrastruktur selular, keberadaan FinTech menjadi jawaban atas tantangan inklusi keuangan di Indonesia.

Ekosistem FinTech di Indonesia terdiri dari beberapa klasifikasi produk. Diantara yang ditawarkan adalah produk yang menawarkan jasa lending dan crowdfunding . Melalui aplikasi yang menyediakan jasa ini, orang-orang yang membutuhkan dana cukup membuat account pada aplikasi penyedia jasa lending dan crowdfunding dan mengunggah informasi terkait jumlah dana yang dibutuhkan, tujuan penggunaan dana, dan informasi lainnya yang relevan.

Di sisi yang lain, pihak yang memiliki surplus dana cukup melihat “katalog” pemohon dana dan memilih salah satu atau beberapa debitor. Dalam mekanisme ini, umumnya kebutuhan dana yang dipenuhi hanyalah kebutuhan dana jangka pendek dengan tingkat bunga yang beragam. Beberapa startup yang menyediakan produk ini antara lain Investree, UangTeman, dan Modalku.

Produk yang lainnya yang juga marak ditawarkan oleh startup FinTech adalah jasa pembayaran dan pengiriman uang. Secara umum, model bisnis ini berbasis pada transaksi yang cashless . Uang elektronik ini dapat disimpan sebagai data dalam kartu, QR Code, maupun perangkat telepon selular. Sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi kapanpun, dimanapun, tanpa perlu untuk membawa uang tunai. Dimo, Kartuku, Dompetku dan Doku merupakan beberapa startup asal Indonesia yang bergerak pada bidang ini.

Selain menyediakan jasa pembayaran, perusahaan rintisan berbasis teknologi finansial juga banyak yang menyediakan jasa manajemen investasi. Tidak hanya melayani aktivitas jual-beli produk investasi, perusahaan rintisan ini juga menyediakan informasi terkait dengan pasar modal dan berbagai instrumen investasi, seperti misalnya saham dan reksa dana. Stockbit dan Bareksa merupakan dua perusahaan rintisan yang menyediakan jasa tersebut.

Selanjutnya, terdapat pula perusahaan startup yang menyediakan jasa edukasi dan pengelolaan keuangan pribadi. Startup ini menawarkan berbagai informasi produk keuangan mulai dari kredit, tabungan, asuransi dan investasi. Tidak hanya itu, beberapa startup juga memberikan kemudahan untuk melakukan pencatatan keuangan sederhana. Beberapa perusahaan rintisan yang menyediakan jasa ini antara lain Cekaja.com, Duitpintar, AturDuit dan Jurnal.

Selain berbagai startup di atas, terdapat pula perusahaan rintisan lainnya yang bergerak pada bidang jasa keuangan yang lebih spesifik. Misalnya, iGrow dan TaniHub, sebuah startup yang bergerak pada pembiayaan pertanian; Iwak, perusahaan rintisan yang menyediakan jasa pendanaan bidang perikanan; Jojonomic, yang menyediakan jasa manajemen reimbursement; serta Privy ID yang menyediakan fitur identitas dan tanda tangan digital untuk berbagai pengesahan transaksi secara elektronik.

Cerita-cerita sukses

Keberhasilan ekosistem FinTech dapat diukur dari jumlah bisnis yang berhasil mengumpulkan dana dan menghasilkan pendapatan. Meskipun Singapura belum memiliki pintu keluar FinTech yang besar, sejumlah besar perusahaan membuktikan bahwa Asia Tenggara adalah tempat bagi FinTech saat ini. Hackathon Blockchain pertama di dunia, pada tahun 2015, menghasilkan lebih dari 16 tim blockchain yang akan mengubah perspektif tentang bagaimana bank dan lembaga keuangan lainnya dapat bekerja dengan teknologi baru ini.

Melihat beberapa kisah sukses hub FinTech di seluruh dunia, banyak dari mereka memiliki faktor yang sama dalam memiliki organisasi perwakilan / kesatuan yang mengangkat dan mendukung seluruh ekosistem FinTech di ekonominya masing-masing. Untuk beberapa nama, “Innovate Finance” di Inggris, “Stone & Chalk” di Australia, dan “Holland FinTech” di Belanda adalah contoh yang sangat mapan bagi saya dari organisasi semacam itu sementara “FinTech HK” di Hong Kong dan “Singapore FinTech Consortium” di Singapura dengan cepat membangun kehadiran mereka dan membangun komunitas FinTech di ekonominya masing-masing.

Terakhir, akselerator terkemuka dalam inovasi keuangan, Startupbootcamp FinTech, diluncurkan selama delegasi London FinTech ke Singapura, dipimpin oleh Walikota London Boris Johnson. Ini telah berhasil melalui keterlibatan regulator dalam program inovasinya, dan membuka jalan untuk diskusi yang inklusif tentang evolusi dan pertumbuhan FinTech di Singapura. Secara kolektif, faktor-faktor ini telah menyebabkan jumlah meningkatnya r dari FinTech start-up dalam komunitas ini, yang berkorelasi dengan intensitas yang lebih besar dari kegiatan investasi juga. Jelas, membangun lingkungan seperti itu akan menjadi penting untuk kawasan / kota yang ingin membangun kemampuan FinTech mereka.

Kesimpulan

Ke depan, tidak diragukan lagi bahwa Singapura akan terus memainkan peran utama sebagai hub untuk pengembangan FinTech di kawasan ini. Singapura akan menjadi batu loncatan ke negara-negara ASEAN dan kawasan Asia yang lebih luas, yang mewakili kumpulan pertumbuhan yang tak tertandingi. Perusahaan FinTech di Singapura siap untuk melambung, saat mereka mengatasi tantangan yang belum terpetakan di lanskap, sambil memanfaatkan peluang yang mengintai dalam proses terus mencari dan menerapkan solusi FinTech yang inovatif untuk membuat sistem keuangan lebih efisien.

Bab 4

Pasar dan Dampak Sosial Fintech di Negara Berkembang

Pendahuluan

Menurut G20, 2,5 miliar orang dewasa dikeluarkan dari sistem keuangan formal. Bagian ini membahas pengaruh FinTech di pasar negara berkembang dan dampak sosial yang dapat dihasilkan melalui teknologi keuangan dalam hal memastikan akses ke layanan dan produk keuangan untuk mereka yang tidak memiliki rekening bank, yaitu demokratisasi keuangan. Ekonomi tunai dilengkapi dengan akses seluler ke dana digital. Perubahan ini tidak dipimpin oleh bank tradisional tetapi oleh perusahaan telekomunikasi yang menggerakkan transaksi seluler. Start-up FinTech dapat menjadi mesin yang memungkinkan akses ke mereka yang membutuhkan. FinTech dapat membantu mereka yang tidak memiliki rekening bank untuk mengatasi diskriminasi dalam penyediaan layanan keuangan, sekaligus mengurangi gesekan dan biaya transaksi untuk tabungan dan pembayaran.

Teknologi berkembang pesat dan memperkuat ekosistem keuangan dunia. Regulasi baru ditambah teknologi baru membawa kita ke satu tempat: revolusi skala penuh yang diberdayakan oleh FinTech. Kami berada di pertengahan masa keemasan FinTech dan ini adalah waktu yang tidak pasti dan menyenangkan yang akan membuat kami lebih siap untuk menumbuhkan ekonomi dunia di masa depan. Ada banyak hal yang harus dilakukan, tetapi bahkan mengatasi puncak gunung es untuk memperbaiki masyarakat dengan menggunakan teknologi keuangan adalah awal yang baik. Ini adalah inti dari masalah yang dihadapi pasar negara berkembang.

Sebagian besar negara pasar berkembang memiliki infrastruktur sistem keuangan yang terbatas. Pasar modal, sejauh keberadaannya, dan bank sama-sama mengandalkan teknologi warisan dan tidak dapat diakses oleh penduduk pedesaan miskin yang merupakan mayoritas di negara berkembang. Sisi baiknya, terdapat jauh lebih sedikit hambatan struktural dan peraturan dalam sistem keuangan yang harus diatasi agar dapat melayani mereka yang tidak memiliki rekening bank. Hal ini justru dinamis yang telah memungkinkan teknologi baru untuk berkembang dalam pelayanan orang miskin, dan FinTech inovator telah melompat di, dalam beberapa kasus lompatan yang industri tradisional dengan layanan baru yang memberikan akses ke sebelumnya belum terlayani.

Untuk memahami bagaimana hal ini terjadi, pertama-tama kita perlu memahami bahwa di pasar negara berkembang "Uang adalah Raja". Orang miskin tidak dapat melihat sistem perbankan. Mereka menggunakan uang tunai untuk sebagian besar transaksinya dan tidak dapat mengakses produk kredit, asuransi, atau tabungan yang kita anggap remeh di negara maju. Sebagian besar penduduk tersebar di pedesaan dan sering tinggal di desa - desa kecil yang terisolasi. Bank-bank adat arus utama tidak termotivasi untuk mengembangkan infrastruktur cabang yang dibutuhkan untuk mendukung populasi ini. Di negara berkembang, kewirausahaan merupakan kebutuhan dan juga kegemaran serta gairah, karena pendidikan dan pekerjaan langka. Sayangnya, tanpa infrastruktur keuangan, sulit bagi orang miskin dan yang tidak memiliki rekening bank untuk memulai bisnis dan menarik diri dengan tali pepatah mereka. Teknologi secara harfiah adalah perekat yang menutupi celah infrastruktur.

Sangat bodoh jika berpikir bahwa orang yang tidak memiliki rekening bank tidak terlibat dalam transaksi keuangan. Anehnya, pendorong utama dalam penggunaan keuangan bukanlah inovasi FinTech itu sendiri. Itu adalah ponsel. Selama 15 tahun terakhir, penetrasi telepon seluler di Afrika telah berubah dari nol menjadi lebih dari 900 juta pelanggan, dengan pertumbuhan serupa di wilayah berpenghasilan rendah lainnya. Yang lebih mengesankan adalah kenyataan bahwa sekitar 500 juta pelanggan tersebut tidak memiliki akses reguler ke listrik.

Khususnya, di Kenya, pada tahun 2007, Safaricom, anak perusahaan Vodafone, operator jaringan seluler terbesar di negara itu, memperkenalkan solusi uang seluler pertama di dunia: MPesa. Safaricom pengguna dapat dengan mudah mengadopsi layanan, becau se itu sudah terpasang pada kartu SIM mereka, dan, mengandalkan jaringan yang berkembang jaringan seluler prabayar, Safaricom mampu menjadi monopoli virtual di Kenya, meluncurkan pelayanan keuangan melalui industri layanan mobile. Menurut laporan GSMA (asosiasi operator seluler dan perusahaan terkait) baru-baru ini, pada bulan

Desember 2014 saja, pengguna uang seluler mentransaksikan total US \$ 16,3 miliar melalui 717,2 juta transaksi secara global.

Kenya memiliki solusi FinTech seluler yang membuat iri yang hanya bisa diimpikan oleh negara-negara maju. Secara sistemik, teknologi ini dapat berkembang dengan bebas di Kenya untuk melayani mereka yang tidak memiliki rekening bank karena bank tidak mau atau mungkin tidak mampu melayani orang miskin. Teknologi seluler yang melayani unbanked menjadi sangat populer sehingga para bank mulai menggunakannya. Bahkan, mereka meminta bank menerapkannya.

Jadi, berapa banyak penduduk di Kenya yang menggunakan teknologi seluler untuk layanan keuangan? Diperkirakan 85% dari semua orang dewasa menggunakan layanan uang seluler untuk mengalirkan uang melalui operator telekomunikasi seluler. Transaksi ini tidak mengalir melalui bank. Secara praktis, ini berarti orang menggunakan dompet seluler dengan akun berdasarkan nomor telepon daripada rekening bank. Pembayaran non-tunai yang aman mengalir melintasi perbatasan pasar negara berkembang yang berbeda, melewati bank.

Volume dan jumlah total uang tebusan dan data besar yang dihasilkan oleh jaringan seluler ini memungkinkan para carrier untuk memperluas layanan mereka di luar pembayaran hingga pengambilan setoran dan bahkan pinjaman mikro. Safaricom baru-baru ini meluncurkan dua layanan serupa yang bekerja sama dengan bank lokal - mShwari bekerja sama dengan Bank Komersial Afrika (CBA) dan KCB - Mpesa, dengan pembangkit tenaga listrik Kenya, Kenya Commercial Bank Group (KCB).

Fakta terbesar, yang paling mengguncang dunia untuk dipahami, dan yang patut untuk diulangi, adalah bahwa mereka yang tidak memiliki rekening bank sedang dipertanggungjawabkan. Ekonomi tunai dilengkapi dengan akses seluler ke dana digital. Bank-bank tradisional tidak berhasrat pada perubahan. Perusahaan telekomunikasi telah turun tangan dan transaksi bertenaga seluler adalah kekuatan yang harus diperhitungkan. Apakah mengganggu? Iya. Transformatif? Pasti!

Akankah uang digital sepenuhnya menggantikan uang tunai? Mungkin tidak. Namun, jangkauan luas transaksi uang digital kepada mereka yang tidak memiliki rekening bank mendorong pertumbuhan ekonomi pasar berkembang, menciptakan lebih banyak kekayaan, dan meningkatkan standar hidup. Kami akan memasuki tahap kedua dari revolusi ini karena ponsel berfitur digantikan oleh smartphone, dengan pengadopsiannya diperkirakan akan menjangkau lebih dari 70% pasar negara berkembang pada tahun 2020. Peluang untuk inovasi FinTech tidak terbatas, dan perusahaan rintisan dapat menjadi mesin yang mengaktifkan akses dan mengarahkan sumber daya ke mereka yang paling membutuhkan. Sekarang mari kita lihat dua ide paling imajinatif yang dapat mengubah kehidupan orang-orang menjadi lebih baik.

Ide kreatif pertama adalah produk asuransi kredit yang akan diperkenalkan di Rwanda melalui platform data besar. Hanya 20 tahun yang lalu penduduk Rwanda menderita genosida dan kengerian yang tak terbayangkan, dan negara masih dalam proses membangun kembali dirinya sendiri. Saat ini, ekonomi Rwanda tumbuh rata-rata 8% per tahun. Bisakah ekonomi didorong lebih cepat? Ya, dengan asuransi kredit yang didukung FinTech, yang memungkinkan bank meminimalkan risiko gagal bayar dan merasa cukup aman untuk memberikan pinjaman kepada peminjam yang sebelumnya tidak terjangkau. Menggunakan data yang ada dan alternatif serta pemodelan lanjutan, perusahaan asuransi merobohkan tembok Berlin dari kurangnya akses ke kredit byte demi byte daripada bata demi bata.

Setelah kunci rahasia poin data dan algoritme di balik produk online, platform akan dapat mengotomatiskan penjaminan, asal pinjaman, dan penerbitan asuransi kredit. Produk pinjaman dan asuransi akan digunakan dengan cepat dan memiliki kemampuan untuk berkembang. Platform dan teknologi dapat dimanfaatkan untuk memberikan kinerja indikator kunci ORS dan indeks, membuka dan memancarkan cahaya pada sektor yang sebelumnya tersembunyi, dan memungkinkan investasi global di pasar.

Saat produk ini diluncurkan, edukasi keuangan dan program literasi akan tetap diperlukan, tetapi informasi yang dikumpulkan akan membantu meningkatkan fokus dan efektivitas program tersebut dan teknologi akan membantu mewujudkannya. Bayangkan lanskap ekonomi dari sebuah perusahaan miskin dengan bisnis kecil yang tumbuh dengan kokoh - pertanian, kios hasil bumi, kerajinan tangan, industri kecil, ekspor, dll. - jenis bisnis yang dapat menciptakan kekayaan dan menciptakan lapangan kerja. Juga bayangkan Anda memiliki data yang menunjukkan bagaimana kinerja dan pertumbuhan bisnis tersebut. Data transparan yang solid, mudah dikirim melalui API.

Data yang dapat diperlihatkan kepada investor berusaha meningkatkan perekonomian dan infrastruktur negara. Data yang dapat memicu investasi lebih lanjut karena data tersebut membuktikan bahwa investasi pada usaha kecil berhasil. Ini adalah contoh bagaimana FinTech dapat membuat suara yang dapat diukur untuk mereka yang tidak memiliki rekening bank. Apa yang dapat diukur dapat menjadi dasar bagi kebijakan baru, mendorong perubahan ekonomi dan sosial yang positif. Perubahan didasarkan pada waktu nyata, diberdayakan oleh data dari ekonomi Rwanda yang terus berkembang pesat. Pembangunan berkelanjutan akan tumbuh dari ini; komunitas akan berkembang secara alami. Asuransi kredit di Rwanda akan berfungsi sebagai pelopor pengaturan asuransi kredit di seluruh ekonomi pasar berkembang lainnya. Sedikit demi sedikit, kita dapat menjangkau mereka yang tidak memiliki rekening bank dan meningkatkan standar hidup lokal. FinTech memberdayakan perubahan sosial? Ya kita bisa!

Contoh kedua terjadi di Kenya. Kenya menikmati sekitar 6% pertumbuhan PDB per tahun dan merupakan pusat keuangan Afrika Timur. Seperti disebutkan sebelumnya, 85% dari semua orang dewasa di Kenya menggunakan telepon seluler, dengan bisnis yang ditransaksikan dan likuiditas disediakan melalui akun seluler tersebut. Telepon tidak selalu merupakan telepon pintar dengan kapasitas untuk menampung aplikasi keuangan yang canggih, tetapi telepon genggam yang paling tidak dapat memindahkan uang dari satu tempat ke tempat lain.

Apa sebenarnya yang bisa dilakukan teknologi seluler ini? Segala sesuatu yang biasanya dilakukan dalam sistem perbankan, termasuk keuangan rantai pasokan, pinjaman, baik keuangan mikro jangka pendek dan pinjaman komersial yang lebih standar, tabungan, kredit bergulir, dll. Semua instrumen keuangan ini dapat diakses hanya dengan gesekan jari atau klik tombol. Dan di luar infrastruktur perbankan terjadi teknologi seluler yang elegan, aman, dan rapi.

Jauh lebih mudah untuk berinovasi bila Anda dapat memulai dari awal. Apa yang terjadi hingga saat ini hanyalah permulaan. Pasar pinjaman akan datang dan dapat diaktifkan melalui mobile. Perusahaan baru FinTech sedang mengembangkan platform pinjaman internasional yang bertindak sebagai portal online untuk investasi modal. Ini memberi investor asing akses ke bisnis lokal yang membutuhkan pinjaman untuk modal kerja, aset tetap, dan investasi lain untuk pertumbuhan. Secara khusus, platform ini bekerja dengan lembaga keuangan kecil dan menengah lokal untuk mengakses dan memulai pinjaman usaha kecil. Platform kemudian mengunggah pinjaman ini untuk dijual kembali kepada

investor sebagai catatan investasi bertingkat . Betul sekali. Catatan investasi yang dinilai. Akses melalui ponsel. Sekuritisasi datang melalui instrumen transparan di Kenya dan akan tersedia di telapak tangan Anda. Pasar modal berkembang tepat di depan mata Anda. Selamat kepada para pengusaha yang membawa perubahan ini.

FinTech telah memberikan tantangan. Tantangannya adalah untuk bergerak memimpin garda terdepan perubahan pasar di amsa yang akan datang. Ada begitu banyak teknologi keuangan start-up bermunculan setiap hari, sulit untuk mengetahui mana yang akan bertahan. Yang perlu diketahui adalah bahwa ekonomi pasar berkembang yang menggunakan inovasi FinTech adalah pemenang yang sejati karena kebutuhan menimbulkan inovasi keuangan. Tatanan transaksi keuangan yang paling mendasar sedang dirajut kembali dan yang kurang terlayani diambil alih melalui FinTech. Kami berada di tengah-tengah revolusi FinTech dan kata-kata yang ditulis oleh Platt dan Munk tidak pernah lebih relevan dari hari ini. Apa yang kita impikan dengan cepat menjadi kenyataan saat kita mengutarakan gagasan dengan lantang dan bertindak untuk mengimplementasikan solusi.

Ini tentang berfikir “Saya pikir saya bisa” melakukan yang terbaik.

4.2

Diskriminasi Warga Miskin dalam Perbankan

Sebuah Kasus dari Mexico

“Itu sangat jauh dan saya membuang banyak waktu dan uang untuk mencairkan gaji saya. Begitu saya tiba di cabang bank , seorang penjaga yang tidak puas menanyakan apa yang saya butuhkan. Dia agak ragu untuk mengizinkanku masuk karena penampilanku. Saya menunggu dalam antrean selama 80 menit untuk mencairkan cek saya. Saya ingin tidak terlihat. Saya tidak pernah merasa nyaman di bank. Saat saya pergi, saya menyelipkan uang ke pakaian saya untuk menyembunyikannya dari perampok di dalam bus. Karena hujan, aku butuh waktu lama untuk kembali ke rumah. Ketika saya tiba, saya menyalakan api kecil untuk menghangatkan dan menyebarkan uang kertas hingga kering. Saya akhirnya bernapas, kali ini, saya bisa pulang dengan selamat. “ Juan, 38 tahun Meksiko

Kisah ini menggambarkan apa yang dialami jutaan orang yang tinggal di pedesaan, pinggiran kota, dan bahkan daerah miskin perkotaan di negara berkembang setiap hari. Diskriminasi bidang perbankan berdampak besar pada segmen populasi ini dengan meningkatkan biaya transaksi mereka dalam mengelola uang, tidak dapat berpartisipasi dalam ekonomi digital, terkena pencurian, dan, sayangnya, didiskriminasi oleh lembaga keuangan arus utama. Pengembangan FinTech menciptakan peluang untuk menjembatani banyak hambatan ini bagi jutaan orang dan berdampak nyata pada peningkatan kehidupan mereka.

Menurut G20, hampir 2,5 miliar orang dewasa (sekitar setengah dari populasi usia kerja) dikeluarkan dari sistem keuangan formal. Kisah M-Pesa di Kenya dan pembayaran seluler menggunakan ponsel berfitur telah didokumentasikan secara luas sebagai kasus sukses.

Dan sementara penetrasi internet dan telepon seluler telah meningkat secara substansial di seluruh dunia, mencapai 40% dari populasi dalam hal internet dan, yang lebih penting, 50% penetrasi telepon seluler, masih ada dua pertanyaan:

- Mengapa pembayaran seluler belum mencapai mayoritas yang lebih besar?
- Mengapa penyedia layanan tidak berevolusi untuk memberikan penawaran keuangan yang lebih lengkap seperti tabungan dan pinjaman, atau memanfaatkan penggunaan telepon seluler untuk memajukan inklusi keuangan lebih cepat, mengingat peningkatan penggunaan telepon pintar?

Jawaban atas pertanyaan ini mungkin terletak pada faktor sisi penawaran, termasuk tidak adanya lingkungan peraturan yang memungkinkan dan kurangnya DNA digital di bank utama, serta dalam aspek sisi permintaan, seperti persaingan versus uang tunai dan faktor istimewa, termasuk menjadi didiskriminasi.

Untuk menutupi dan menggambarkan pertanyaan-pertanyaan ini, saya akan menggunakan kasus Meksiko, karena ini merupakan studi kasus yang menarik tentang pasar berkembang yang menghadapi tantangan inklusi keuangan yang relevan, sementara memiliki penetrasi telepon seluler yang substansial dan sistem keuangan yang kuat dan modern. Sistem perbankan yang kokoh dan baik serta telah dinilai memenuhi standar Basel III. Meksiko juga dianggap sebagai salah satu pasar paling menguntungkan bagi bank global yang memiliki cabang di negara tersebut. Meskipun, kredit ke sektor swasta sebagai suatu persentase dari PDB masih sangat rendah, 18%. Selain itu, diperkirakan hampir 60% orang dewasa di Meksiko tidak memiliki akun di lembaga keuangan formal. Dalam kontrast, penetrasi mobile 87%, dengan smartphone penggunaan hampir 50%. Meksiko adalah masyarakat yang semakin terhubung, menduduki peringkat ke-14 di seluruh dunia dalam hal ukuran populasi. Namun, Meksiko menempati peringkat ke-5 secara global di pengguna Facebook, ke-7 di pengguna Twitter, dan ke-5 di pengguna Spotify.

Faktor Sisi Suplai

Tujuh pemain besar yang menguasai 90% pasar dengan ukuran yang paling mendominasi sistem perbankan di Meksiko. Semua bank ini telah meluncurkan platform digital dan seluler untuk melayani pelanggan mereka dengan lebih baik.

Namun, platform ini hanya tersedia untuk klien yang telah membuka rekening di cabang bank. Artinya, platform semacam itu tidak menawarkan pendaftaran digital atau seluler. Oleh karena itu, masalah tetap ada, karena calon pelanggan baru harus pergi ke cabang fisik dan melalui proses yang rumit untuk membuka rekening bank. Proses ini tidak hanya menghambat klien, tetapi juga jumlah cabang per 100.000 penduduk hanya 15,3, yang merupakan yang terendah di Amerika untuk pasar utama.

Peraturan anti pencucian uang di Mexico telah diubah beberapa tahun yang lalu, bertujuan untuk merekonsiliasi tujuan inklusi keuangan dengan kebutuhan untuk mencegah uang ilegal mengalir melalui sistem perbankan. Perubahan terpenting adalah pengenalan prosedur *Know-Your-Customer* (KYC) yang disederhanakan untuk rekening bank yang memiliki batas simpanan paling banyak sebesar US \$ 1.000,00. Peraturan tersebut memungkinkan untuk proses pembukaan rekening “tidak hadir” dengan persyaratan informasi yang dikurangi dan tidak ada dokumen kertas.

Akses yang potensial untuk menawarkan ke layanan keuangan untuk jutaan orang Meksiko dengan undang-undang baru ini dan dengan demikian mendorong pengembangan FinTech merupakan hal yang uar biasa. Bank-bank umum belum bereaksi cepat untuk menangkap peluang ini, mungkin karena posisi nyaman yang mereka nikmati di pasar oligopolistik, ditambah dengan warisan yang tertanam kuat dan DNA cabang yang mengakar dalam. Dalam lingkungan itu hanya ada satu bank cabang di Meksiko. Bankaool adalah satu-satunya bank yang sejauh ini telah meluncurkan platform digital yang memungkinkan pote ntial pelanggan untuk membuka rekening dengan hanya satu 'klik', jarak jauh dan tanpa dokumen yang diperlukan. Platform mereka telah dirancang dengan pengalaman pengguna pendaftaran digital, dan tidak hanya dengan “mendigitalkan” proses analog di cabang. Akun tersebut memiliki semua fitur rekening bank (kecuali batasnya).

Pendaftaran digital dan seluler untuk rekening bank tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi gesekan substansial dan biaya transaksi, tetapi juga, yang paling penting, dapat membuat perbedaan dalam inklusi keuangan dan memberdayakan orang-orang di pasar negara berkembang untuk mendapatkan akses ke sistem pembayaran dan manfaat e-commerce. Sementara FinTech dapat menjadi katalisator untuk perubahan ini, regulator harus menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk membuat ini menjadi kenyataan, seperti dalam satu kasus Mexico.

Faktor Permintaan

“Pergi ke cabang bank seperti pergi ke rumah sakit. Sejenak ketika Anda menginjakkan kaki di sana, Anda ingin segera keluar ...”

Pablo, 21 tahun Meksiko

“Bank ideal saya adalah di mana tidak ada klien yang disukai di sini.”

Laura, 33 tahun Meksiko

Menurut laporan tentang inklusi keuangan oleh otoritas pengawas perbankan Meksiko, 97% orang dewasa di Meksiko tinggal di kota yang memiliki setidaknya satu titik akses ke sistem keuangan formal (cabang bank, ATM, POS, atau koresponden bank). Namun, dari sentimen yang dikemukakan di atas, tidak hanya ada masalah dengan penawarannya, tetapi bahkan ketika layanan keuangan tersedia, masyarakat cenderung tidak akan menawarinya. Seperti disebutkan, hampir 40% orang dewasa memiliki rekening bank. Namun, hanya 14,5% yang menyimpan tabungan mereka dalam bentuk keuangan di pelacur, meskipun 58,4% orang dewasa menabung. Bagaimana FinTech dapat membantu meningkatkan penerapan layanan keuangan, dan khususnya dalam meningkatkan tingkat tabungan?

Ada penelitian yang terdokumentasi dengan baik tentang topik ekonomi perilaku, tabungan, dan inklusi keuangan. Riset semacam itu menunjukkan bahwa kita dapat "didorong" untuk menabung lebih banyak dan lebih baik, sambil menggunakan produk keuangan. Ekonomi perilaku juga menunjukkan bahwa orang pada umumnya menabung untuk tujuan atau sasaran tertentu, dan tidak harus untuk berjaga-jaga bila ada kesulitan di kemudian hari. Dan meskipun berbagai instrumen telah digunakan untuk "mendorong" manusia agar menabung, seperti program pensiun dan bergabung dengan komunitas, penggunaan digital, seluler, dan FinTech dapat mewakili alat yang ampuh dalam membantu orang mengelola uang mereka dengan lebih baik. Perusahaan seperti Moven dan Mint telah meluncurkan platform bagi manajemen keuangan pribadi agar sukses.

Salah satu area di mana FinTech dan mobile banking akan menggabungkan ekonomi perilaku adalah dalam penggunaan rekening tabungan komitmen. Rekening tabungan komitmen adalah rekening bank di mana pemegang menetapkan tujuan agar jumlah uang yang akan ditabung untuk tujuan tertentu, serta jangka waktu tabungan, dengan penyetoran berkala ke rekening yang akan dibuat sebagai komitmen. Imbalan untuk pemenuhan tabungan yang berkomitmen biasanya dibayarkan dalam bentuk bunga tambahan. Gamifikasi juga dapat berperan dalam akun ini, serta sering menjadi pengingat komitmen untuk pengguna saat mereka membelanjakan uang.

Dengan demikian, FinTech dapat memainkan peran penting dalam mengadopsi instrumen ini seperti yang ditunjukkan oleh The Economist baru-baru ini:

... Teknologi seluler juga dapat membantu orang untuk menabung... Dengan teknologi seluler, penyedia dapat menawarkan CSA di mana penabung dapat menyesuaikan tingkat komitmen yang sesuai untuk mereka. Bankaool, bank Meksiko, adalah salah satu contohnya. Tahun ini akan meluncurkan CSA seluler dan online untuk pelanggan yang ingin menghemat uang dalam jumlah tertentu. Pelanggan menentukan jumlah target yang akan dicapai dan periode di mana tabungan akan dilakukan. The akun iWish, ditawarkan oleh bank ICICI di India, adalah contoh lain.

Meksiko adalah negara di mana kemiskinan dan ketimpangan pendapatan merajalela. Negara ini menempati urutan ke-1 dalam tingkat kemiskinan dan ke-2 dalam ketimpangan pendapatan di antara negara-negara OECD.

Menurut survei tentang diskriminasi di Meksiko, 60% orang percaya bahwa kekayaan menciptakan perpecahan di antara orang-orang, diskriminasi menjadi respons utama. Tujuh puluh dua persen orang percaya bahwa bank hanya tertarik pada klien kaya dan 67% percaya bahwa mereka memanfaatkan kebutuhan orang. Tidak mengherankan, semakin jauh orang-orang pindah dari kota dan semakin rendah pendapatan yang mereka miliki, semakin sedikit rekening bank yang mereka miliki..

Ada perdebatan tentang apakah teknologi “merendahkan” ekonomi. Jasa keuangan di pasar negara berkembang mungkin akan menjadi salah satu area di mana bias manusia yang sebenarnya diinginkan lebih sedikit. FinTech dan mobile banking dapat membantu mengatasi diskriminasi dalam penyediaan layanan keuangan, dengan mengubah ketentuan dialog. FinTech dapat memungkinkan komunikasi dan percakapan yang lebih langsung antara penyedia keuangan dan klien mereka, tanpa diskriminasi. Sebuah kemampuan seseorang untuk membuka rekening digital dan per transaksi keuangan bentuk dan menyimpan di perangkat mereka akan membantu demokratisasi keuangan dan menghindari diskriminasi. Ini akan memberdayakan orang untuk mengendalikan masa depan keuangan mereka dan, tidak diragukan lagi, meningkatkan kehidupan (keuangan) mereka.

Hubungan antara inklusi keuangan dan pembangunan ekonomi sekarang telah didokumentasikan secara luas. Tidak diragukan lagi, tantangan untuk memasukkan 2,5 miliar orang ke dalam sistem keuangan sangatlah besar. FinTech menawarkan peluang unik untuk membuat kemajuan eksponensial dalam tugas semacam itu, dengan memanfaatkan penetrasi teknologi seluler yang terus berkembang. FinTech dapat membantu mengatasi diskriminasi dalam penyediaan layanan keuangan, sekaligus mengurangi gesekan dan biaya transaksi untuk tabungan dan pembayaran. Namun, untuk mewujudkannya,

lingkungan egulatif yang bersahabat dan kondusif perlu diterapkan. Namun demikian, ini saja tidak cukup. Perubahan pola pikir para pemain dalam sistem keuangan secara keseluruhan diperlukan untuk menjembatani kesenjangan ini. Perusahaan dan bank FinTech yang mengganggu dengan DNA FinTech akan dapat mengembangkan solusi viral nyata. Untungnya, Meksiko adalah contoh lingkungan yang mendorong masuknya pemain baru di bidang perbankan dengan DNA FinTech.

4.3

Kebangkitan Negara-Negara Sisa Paska-PD II dalam Fintech

Apakah Anda ingin memiliki 2,5 miliar pelanggan? Ini merupakan jumlah orang yang “tidak memiliki rekening bank” - orang dewasa yang tidak menggunakan bank atau lembaga keuangan mikro untuk menyimpan atau meminjam uang. Proporsi ini potensi pelanggan yang berbasis di Asia dan Afrika, dengan outstanding 800 juta orang dewasa yang hidup dengan kurang dari \$ 5 per hari. Populasi calon konsumen yang besar ini tidak terlayani oleh perbankan tradisional karena terlalu mahal untuk dijangkau. Di sinilah FinTech dapat membuat perbedaan. Smartphone lebih murah dan lebih populer dari sebelumnya, dengan 1,9 miliar pengguna diperkirakan pada tahun 2015. Dalam skenario ini, Android adalah pengubah permainan. Xiaomi, merek China, keluar dengan ponsel Android pertamanya pada tahun 2011, berada di jalur yang tepat untuk menjual 100 juta smartphone tahun ini, dan sudah menjadi perusahaan rintisan terbesar kedua di dunia, dalam hal penilaian (US \$ 46) .

Konsekuensi dari peralihan menjadi lebih mobile ini sangat besar: 2,5 miliar orang yang tidak memiliki rekening bank dengan telepon pintar tidak lagi dapat dijangkau! Dua contoh, Soft Space start-up Malaysia dan SmartPesa Singapore, keduanya menyediakan layanan dan aplikasi tempat penjualan dengan telpon seluler. Mereka memberdayakan 600 juta pelanggan potensial untuk mengirim dan menerima pembayaran non-tunai. Malam ini, seorang wanita tua di Kuala Lumpur dapat membuka warung kaki lima dengan uang tunai di tangan, mengurangi risiko dirampok. Dari sudut pandangnya, itu pekerjaan sehari-hari dengan sekali ketuk pada ponselnya. Dari perspektif keuangan, dia memompa uang ke dalam sistem perbankan. Meskipun jumlahnya kecil untuk setiap pedagang, jika dikalikan dengan ratusan juta pedagang setiap hari, arus kas ini dapat memberi energi pada seluruh perekonomian. Selain itu, keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan di balik sistem pembayaran ini akan menginspirasi lebih banyak investor dan lebih banyak perusahaan baru, sehingga menghasilkan lebih banyak penelitian dan pengembangan, menciptakan lebih banyak peluang keuntungan, dan seterusnya dalam lingkaran kebajikan yang tak terhentikan.

Berbasis di London - ibu kota dunia FinTech - bahkan di Silicon Valley, mudah untuk melupakan apa yang terjadi di negara lain. Ini adalah “The Rise of the Rest”, dan itu akan tetap ada.

"Kue" Ajaib

Alice H. Amsden meminjam frasa yang sama untuk judul bukunya, *The Rise of the Rest: Challenges to the West*. Di negara berkembang, Amsden melihat tantangan langsung terhadap supremasi Barat. Cina, Taiwan, Korea, Turki, Meksiko, dan semua anggota baru dari arena bermain keuangan internasional menginginkan sepotong kue global yang terbatas. Dalam visi ini, lebih banyak tamu di pesta berarti lebih

sedikit kue untuk semua orang. Bukunya brilian, tetapi saya tidak setuju dengan pandangannya tentang sumber daya yang terbatas. 'Kue' global memiliki kekuatan magis dan ukurannya dapat bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah pemain. Barat dapat berbagi kue dengan lebih banyak tamu dan memiliki bagian yang lebih besar untuk dirinya sendiri pada saat yang bersamaan.

Berbicara tentang tentang M-Changa, perusahaan baru dari Kenya. Aplikasi mereka memungkinkan pinjaman dan mikro-crowdfunding untuk biaya sekolah, keadaan darurat, dan bahkan biaya pernikahan dan pemakaman. Konsepnya bukanlah hal baru. Praktik saling mendukung ini - Kuchanga - telah ada selama berabad-abad, tetapi permulaan ini telah membuatnya dapat diakses oleh ratusan juta orang secara real time. Rekening escrow mereka juga mengurangi risiko bepergian dengan uang tunai. M-Changa adalah anggota Startupbootcamp FinTech, program akselerasi yang berbasis di London.

Di akhir program, M-Changa mendapatkan sebagian dananya dari investor penolong dari Eropa. Ini bukanlah operasi amal, di mana Barat memberi dan Afrika mengambil - atau terkadang dipaksa untuk mengambil kepentingan mereka. Ini adalah investasi bisnis, di mana semua orang menang. M-Changa mendapat dana, investor mendapat untung. M-Changa adalah bukti nyata bahwa 'kebangkitan dunia ain' tidak selalu berarti perampangan Barat. Micro-crowdfunding di Afrika adalah pasar baru dan dapat melayani ratusan juta pelanggan. Kami - investor Barat - dapat menikmati sepotong kue baru dan yang baru dipanggang ini persis karena *Rise of the Rest* (negara negara berkembang sisa PD II)

Apa yang terjadi maka terjadilah

Ada manfaat lain yang terlalu sering dilupakan: berkat *Rise of the Rest*, kue-kue baru juga dipanggang di negara kita sendiri. Cobalah Google "listrik Prabayar" - sistem Prabayar untuk listrik. Jika Anda berbasis di Inggris, Anda akan melihat daftar perusahaan paling maju di negara ini, dengan hampir setengah juta hasil. Namun, penggunaan besar-besaran dan pengembangan meter Prabayar pertama tidak terjadi di AS maupun di Eropa, tetapi di Afrika Selatan. Kembali ke tahun 1980-an, sejumlah besar orang Afrika Selatan tanpa alamat yang terbukti atau riwayat kredit menemukan rumah di distrik yang baru dibangun di seluruh negeri. Pelanggan ini cenderung dilayani dengan basis Prabayar, karena kontrak berlangganan terlalu berisiko.

Sistem Prabayar paling populer pada saat itu adalah memasukkan koin ke dalam meteran listrik Anda. Anda masih bisa melihat beberapa meter tua ini di London. Rupanya satu meter penuh koin di ruang bawah tanah Anda di tengah-tengah pembangunan Afrika Selatan baru dianggap terlalu berisiko juga. Saat itulah mereka mengembangkan meteran Prabayar modern yang baru. Saat ini, Afrika Selatan dipandang sebagai pemimpin dunia dalam teknologi pembayaran di muka dan banyak negara lain telah mengadopsi standar mereka.

Ada Sesuatu yang Baru di Dunia

Negara berkembang memiliki banyak pelanggan baru dan sedikit sumber daya untuk mengelolanya. Kombinasi tersebut sampai saat ini masih membuahkan hasil negatif. Jumlah penduduk yang memiliki smartphone tidak lagi terjangkau. Kombinasi pelanggan baru dan sumber daya terbatas menginspirasi perusahaan dan perusahaan rintisan untuk mengembangkan solusi berbiaya rendah namun efektif, siap untuk diuji di pasar lokal. Teknologi ini kemudian dapat diekspor dan disesuaikan dengan kebutuhan Barat yang lebih kaya.

Selain itu, ini bukan lagi pasar ganda, dengan orang Barat kaya di satu sisi dan pelanggan miskin di tempat lain. Setelah krisis ekonomi berulang dan kehilangan pekerjaan, banyak penduduk Barat berjuang untuk memenuhi kebutuhan hingga akhir bulan. Pelanggan Barat menjadi semakin mirip dengan rekan-rekan mereka yang kurang berkembang dibandingkan sebelumnya. Pengangguran usia muda dan pensiunan swasta - korban pertama dari rangkaian krisis ini - mendapatkan keuntungan besar dari teknologi berbiaya rendah. Teknologi yang telah berkembang di Afrika atau Asia bisa lebih bermanfaat bagi kelompok orang ini daripada aplikasi mewah baru yang dikembangkan oleh perusahaan baru di Silicon Valley, London, atau New York untuk milenial kaya.

Berikut beberapa contoh pertumbuhan start-up yang berhasil antara lain:

- **Ezetap (India)**

Ezetap adalah Lapangan India. Mereka memegang hampir 80% pasar mPOS - Point of Sales seluler - di India. Mereka memiliki keberadaan yang kuat "hanya" di satu negara, India, tetapi pasar ini memiliki lebih dari 1 miliar pelanggan, lebih banyak daripada gabungan AS, Kanada, dan Eropa. Sebagian besar pelanggan mereka adalah pengguna ponsel muda dan rajin. Ezetap juga unik karena mereka tidak membeli pembaca pihak ketiga seperti Square, tetapi memiliki sistem produksi dan sertifikasi sendiri. Pemimpin karismatik mereka - Abhijit Bose - diduga adalah Steve Jobs dari India, tanpa temperamen buruk.

- **Wedlite (Indonesia)**

Ingin menikah di Indonesia tapi tidak punya uang? Pernikahan jelas bukan "bisnis" yang ingin dibiayai oleh bank. Ini adalah celah di pasar yang diisi oleh start-up lain, Wedlite. Mereka mengizinkan pasangan Indonesia untuk membiayai pernikahan mereka dengan rencana pembayaran bulanan. Jika menurut Anda keuangan adalah topik yang membosankan dan tidak seksi, membaca testimoni pelanggan dari Wedlite mungkin akan berubah pikiran. Terima kasih kepada FinTech

- **SoftSpace (Malaysia)**

Malaysia memiliki salah satu basis pengguna seluler dengan pertumbuhan tercepat di dunia, jika bukan yang tercepat, jika digabungkan dengan tetangganya, Indonesia. Bukan kebetulan, perusahaan paling agresif dalam solusi pembayaran B2B Asia - SoftSpace - lahir di negeri ini. Mereka telah berkembang ke tujuh negara, termasuk Australia dan Selandia Baru. Indonesia sendiri memiliki 250 juta pelanggan, membuktikan potensi yang belum tergali di kawasan ini.

- **Ola (India)**

FinTech bukan hanya game geek di Asia. Ola Cab menyediikan taksi sesuai dengan namanya. Mereka pertama kali mengembangkan aplikasi untuk memanggil taksi. Kemudian, karena di India tidak semua orang memiliki kartu kredit, mereka "diberikan" untuk mengembangkan sistem dompet untuk membayar taksi. Setelah transportasi dan dompet elektronik tersedia, mereka memiliki semua yang mereka butuhkan untuk menyediakan pengiriman makanan. Jadi mereka meluncurkan Ola Cafe.

Hanya satu kota - Mumbai - memiliki 12 juta kota. Banyak dari nasabah ini yang miskin, tetapi justru karena kondisi ini mereka tidak memiliki rekening bank, tanpa kartu kredit dan seringkali tanpa rekening bank. Ini jadi bagian jauh diabaikan manusia bisa melompat ke kereta inovasi dan menggunakan Mobile dompet dengan lebih antusias dari rekan-rekan Barat mereka. Bukan

kebetulan, banyak yang melihat Ola sebagai pesaing nyata Apple Pay dan Google Pay dalam waktu dekat.

- **Blossom (Indonesia)**

Jika taksi dan makanan berada di sisi spektrum yang paling tradisional, Blossom berada di sisi yang berlawanan, menyediakan pembiayaan mikro Islami di Indonesia melalui bitcoin. Tradisi kuno keuangan Islam bertemu dengan inovasi cryptocurrency terbaru melalui Blossom.

- **WeLend (Hong Kong)**

WeLend, start-up P2P lending Hong Kong, telah meningkatkan putaran seri B, mengumpulkan US \$ 160 juta pada awal tahun 2016. Ini hanya untuk membiayai pembukaan kehadiran di China, pasar dengan potensi lebih dari 1 miliar pelanggan.

China adalah pasar yang berjalan sejak tahun 1996, dan mungkin akan banyak berita kejutan yang terungkap saat membaca South China Morning Post atau Tech in Asia.

Kesimpulan

Yang disebut “negara berkembang” bukan hanya pasar yang menyediakan pelanggan dan sumber daya bagi perusahaan Barat; mereka membentuk dasar inovasi dan investasi. Mereka dapat membuat teknologi terbaru yang menghebohkan yang nantinya dapat kita lihat dialihkan di Eropa dan AS.

Anda mungkin percaya bahwa *Rise of the Rest* akan bersaing memperebutkan sepotong kue kita, atau mungkin percaya bahwa mereka benar-benar akan meningkatkan ukuran kuenya. Mungkin pendapat ini bisa menjadi benar. Bagaimanapun, negara-negara ini sudah menjadi bagian dari permainan dan tidak ada jalan mundur. Satu-satunya pilihan yang mungkin adalah menerima tatanan baru dan memanfaatkannya sebaik mungkin. Pepatah Cina kuno benar sekarang lebih dari sebelumnya:

“Saat angin perubahan bertiup, beberapa orang membangun tembok dan yang lainnya membangun kincir angin.”

4.4

Model Perbankan Via Ponsel Cerdas, Fintech Dan Pendidikan

Tren yang menyatu sangat menjanjikan bagi generasi berikutnya dari solusi pengelolaan uang digital yang bertujuan membantu mereka yang tidak memiliki rekening bank. Menurut laporan GSMA, layanan uang seluler (*Mobile Money Services / MMS*) menyebar dengan cepat di sebagian besar Afrika, Asia, Amerika Latin, dan Timur Tengah, masing-masing mencakup lebih dari 60% negara berkembang di dunia. Namun, jumlah rekening uang seluler yang terdaftar telah berkembang menjadi hanya di bawah 300 juta di seluruh dunia pada tahun 2014 dan, karena ini hanya mewakili 8% dari sambungan seluler di pasar di mana MMS tersedia, terdapat kemungkinan yang signifikan untuk pertumbuhan di masa depan.

Banyak solusi MMS saat ini sekarang terkait dengan handset ponsel lama, tetapi karena perangkat menjadi lebih murah, kemitraan global memperjuangkan akses data dengan harga rendah, operator seluler berinvestasi untuk mengembangkan kapasitas jaringan yang diperlukan, dan model harga berubah agar sesuai dengan pasar lokal, kemajuan dari ponsel berfitur ke smartphone akan segera menjadi kenyataan di pasar negara berkembang. Konsumen “miliaran berikutnya” di kawasan ini akan semakin menjadi fokus dari beberapa inovasi terbaru yang memungkinkan mereka yang tidak memiliki rekening bank menjadi yang pertama melompati bank berbasis cabang dan menjadi nasabah perbankan “digital pertama” sejati.

Upaya internasional untuk membangun infrastruktur pengiriman data, seperti Facebook’s Internet.org, berupaya untuk memangkas biaya penyediaan layanan internet dasar di ponsel secara signifikan, terutama di negara-negara berkembang. Internet.org membantu mempromosikan gagasan konten seluler “peringkat nol”, menjalin kemitraan dengan banyak operator di pasar yang sedang berkembang untuk menawarkan layanan Facebook seluler gratis seperti Platform Pembayaran Messenger terbaru mereka. Versi lain dari model peringkat-nol - internet bersponsor - meminta penyedia konten, selain pengguna akhir, membayar untuk konektivitas. Banco Bradesco adalah contoh utama dalam komunitas keuangan, setelah merundingkan perjanjian dengan operator seluler di Brasil, memungkinkan pelanggan perbankan digital bank mengakses layanan internet banking dari ponsel mereka tanpa menimbulkan biaya data operator atau harus menggunakan sebagian dari data bulanan mereka. paket.

Pada saat yang sama, operator jaringan juga tertarik untuk mengembangkan kapasitas pada jaringan 3G dan 4G dengan memperkenalkan model harga baru dan menarik yang lebih sesuai dengan realitas berbasis uang dari basis konsumen yang kurang beruntung secara ekonomi. Misalnya, mengirimkan paket data “bayar sesuai penggunaan” untuk pengguna prabayar telah menjadi populer di Amerika Latin dan intensitas gabungan yang dihasilkan telah mengurangi biaya layanan hingga lebih dari setengahnya dalam tiga tahun terakhir, juga meningkatkan keterjangkauan layanan. Apa arti peralihan dari ponsel berfitur ke ponsel cerdas bagi mereka yang tidak memiliki rekening bank? Pada tingkat yang paling dasar, orang akan menemukan pengalaman pengguna yang ditingkatkan, mendapatkan akses ke produk yang lebih inovatif, dan mendapatkan keuntungan dari lingkungan yang lebih kompetitif yang dirancang untuk mendorong keterjangkauan dengan cepat.

Meningkatkan Pengalaman Pengguna

Antarmuka yang kaya fitur dan kemampuan yang lebih besar untuk berinteraksi dengan aplikasi ponsel cerdas akan menawarkan pengalaman yang lebih intuitif, memfasilitasi adopsi pengguna di segmen pasar yang berbeda. Misalnya, grafis dan antarmuka perintah suara (contoh: Siri) dalam banyak bahasa dan dialek lokal dapat membantu bank menargetkan orang-orang yang tidak nyaman dengan layanan data dasar seperti yang kami lakukan sebagai konsumen yang tidak dapat membaca atau menulis.

Karena sistem operasi ponsel cerdas menawarkan platform umum untuk pengembang - mencakup produsen perangkat dan peralatan tertentu - aplikasi uang seluler dapat memanfaatkan sejumlah fungsi lainnya, termasuk integrasi dengan fitur lain seperti kontak, kalender, peta, dan aplikasi media sosial.

Layanan uang seluler berbasis aplikasi juga akan memungkinkan penyedia tidak hanya memanfaatkan kumpulan data baru, tetapi juga menghasilkan wawasan yang dapat membantu meningkatkan efisiensi layanan mereka. Beberapa frustrasi saat ini di MMS berkisar pada jaringan agen mereka, seperti kedekatan atau mereka yang memiliki uang tunai (likuiditas). Fitur pencari agen (seperti Temukan ATM di aplikasi perbankan seluler) dapat sangat berguna bagi pengguna baru. Di tingkat yang lebih tinggi, pelanggan akan diberdayakan untuk menilai layanan pelanggan atau likuiditas agen jaringan. Th adalah data yang berharga dapat digunakan kemudian dengan analisis canggih dan prediksi model ramalan dan mencegah kekurangan arus kas, dengan demikian meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, antarmuka yang kaya fitur dan fungsionalitas yang lebih besar pada ponsel cerdas dapat menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih intuitif, memudahkan adopsi dan penggunaan.

Pengembangan Produk Baru

Penetrasi ponsel cerdas yang lebih besar akan mempercepat laju pengembangan produk baru dan akan mengubah cara konsumen berinteraksi secara finansial, terutama dengan pedagang, bisnis, dan pemerintah.

Untuk memastikan ini terjadi pada platform MMS saat ini, komunitas pengembang umum akan memerlukan akses yang lebih mudah ke jaringan rel uang yang ada melalui penggunaan (API) terbuka. Sementara tim pengembangan produk internal akan mengembangkan beberapa solusi, lembaga keuangan harus merangkul pembukaan rantai nilai yang ditawarkan pihak ketiga ketika mereka melapisi produk baru pada platform yang sudah ada. Ini adalah inti untuk memastikan organisasi MMS saat ini memodernisasi industri pengelolaan uang di pasar berkembang.

Aplikasi *Personal Financial Management* (PFM) memberikan contoh produk yang instruktif yang dapat membantu orang yang baru menjadi nasabah bank untuk mempelajari, memahami, dan mengontrol keuangan mereka. Fitur sederhana seperti aplikasi kalender memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengenali pendapatan dan pengeluaran mereka dalam format kronologis yang dapat dihubungkan dengan kebanyakan orang, tetapi yang lebih penting, mengingatkan mereka akan pengeluaran di masa depan dan kekurangan arus kas. Hasilnya adalah alat yang, menggunakan *Artificial Intelligence* (AI), memberikan wawasan berguna kepada konsumen yang membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik dan mengendalikan keuangan mereka.

Banyak orang yang tidak memiliki rekening bank di negara berkembang menghadapi akses terbatas ke layanan tabungan mikro di lembaga keuangan formal, memaksa individu berpenghasilan rendah untuk menemukan cara lain untuk menabung. Saldo pelanggan rata-rata lebih dari \$ 10 untuk 40% akun uang seluler. Hal ini membuat proposisi tabungan alternatif menarik bagi mereka yang tidak memiliki rekening bank, karena pilihan tabungan mereka yang ada cenderung berisiko (misalnya, berinvestasi pada hewan, komoditas, atau barang lain sebagai sarana menabung). Selain itu, orang-orang dengan pendapatan rendah dapat mengalami kesulitan untuk menabung, sebagian karena uang selalu mudah diperoleh, yang berarti mereka harus terus mengendalikan diri.

Sekali lagi, teknologi pengelolaan uang memiliki potensi untuk memberikan berbagai solusi tabungan online bagi konsumen dan bisnis. Strands, sebuah perusahaan teknologi layanan keuangan global, menyediakan lembaga keuangan dari semua ukuran dengan aplikasi PFM berlabel putih yang dapat disesuaikan dan diintegrasikan dengan platform pemrosesan inti bank yang ada. Hal ini memungkinkan bank untuk menawarkan kepada pelanggan mereka kemampuan untuk membuat beberapa tujuan tabungan dalam satu rekening tabungan, dan mengelola kemajuan menuju tujuan tersebut melalui visualisasi data yang memicu peringatan dan pemberitahuan jika pengguna berisiko gagal mencapai tujuan mereka. Ditautkan ke rekening uang seluler sebagai sumber dana, dan dioptimalkan untuk segmen berpenghasilan rendah, produk tabungan yang dapat disesuaikan seperti itu dapat berfungsi sebagai alat keuangan sederhana dan kuat bagi pelanggan yang baru mengenal layanan keuangan formal.

Pendidikan: Kekuatan untuk Rakyat Melalui Literasi Keuangan

Untuk memaksimalkan dampak sosio-ekonomi di pasar negara berkembang, MMS tidak hanya perlu menjangkau kaum urban tetapi juga untuk fokus pada orang-orang yang berada di bagian bawah piramida ekonomi.

Di banyak pasar negara berkembang, sebagian besar populasi tinggal di luar pusat kota, tanpa akses yang mudah yang menjangkau infrastruktur seperti perbankan, transportasi, listrik, dan jalan. Populasi pedesaan mewakili basis pelanggan potensial yang sangat besar dalam komunitas di mana uang seluler adalah satu-satunya pesaing nyata untuk mendapatkan uang tunai.

Strategi untuk mendapatkan adopsi pasar massal memerlukan pemangku kepentingan industri untuk mengidentifikasi dan melacak penggunaan oleh wanita dan pelanggan pedesaan yang cenderung kemudian menjadi pengadopsi dalam siklus hidup teknologi tradisional (biasanya diadopsi oleh laki-laki perkotaan). Untuk meningkatkan kesadaran dan menarik pengguna ini, penting untuk berinvestasi besar-besaran dalam kampanye pemasaran *Below-the-Line* (BTL) yang memberikan titik kontak manusia yang diperlukan yang membantu mendidik orang di dasar piramida. Hal ini dapat mencakup mengunjungi desa, perkebunan, dan kabupaten untuk mendidik perempuan melalui lokakarya tentang layanan keuangan dan penggunaan uang seluler. Setelah mengikuti pelatihan tentang literasi keuangan, para peserta dapat memiliki kesempatan untuk membuka rekening uang seluler dan meningkatkan tingkat adopsi.

Taktik lain dapat menggunakan pelanggan nyata yang juga merupakan pengguna MMS aktif untuk bertindak sebagai sponsor untuk mendidik rekan-rekan mereka tentang penggunaan dan manfaat uang seluler. Operator dapat memobilisasi perempuan dari pusat perkotaan yang lebih aktif dalam MMS, ke desa-desa yang belum menggunakan mobile money.

Memberikan pendidikan dan pelatihan bagi pedagang sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan dan menjamin interoperabilitas uang digital baik untuk P2P maupun pembelian barang dan jasa. Kejelasan seputar penyelesaian dan cara mengakses dana penting dalam membantu pedagang merasa nyaman dengan layanan dan mengelola arus kas mereka secara efektif. Pada gilirannya, mereka akan lebih cenderung mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Kombinasi pengelolaan uang digital, teknologi ponsel cerdas generasi berikutnya, dan strategi yang jelas untuk membantu mendidik masyarakat luas akan menjadi revolusioner dalam menghadirkan produk keuangan yang membantu konsumen yang tidak memiliki rekening bank atau yang tidak memiliki rekening bank untuk menabung dengan cara yang sesuai dengan kenyataan sehari-hari mereka. Saya pribadi percaya bahwa mendemokratisasi akses ke inklusi keuangan di wilayah berkembang di dunia tidak hanya berpotensi untuk membuka peluang bisnis yang luar biasa, tetapi yang lebih penting, membantu jutaan manusia meningkatkan kualitas hidup mereka di beberapa wilayah terberat di dunia. Melalui penyampaian produk keuangan digital tanpa hambatan seperti kredit mikro atau asuransi mikro, semakin banyak orang akan memiliki kesempatan untuk menjadi mandiri secara finansial, membantu membangun ekonomi lokal mereka, dan memberi keluarga mereka ketenangan pikiran yang dicapai melalui kesehatan dan kesehatan. solusi asuransi jiwa.

4.5

Dampak Sosial FinTech di Nigeria

Desa global yang dimungkinkan oleh FinTech mendekatkan pasar dan konsumen, mendukung bisnis baru, dan mengurangi ketergantungan pada pemerintah dalam prosesnya - dan Nigeria, sebagai ekonomi terbesar di Afrika, adalah bagian yang berkembang dan signifikan dari desa global tersebut.

Tidak diragukan lagi bahwa masyarakat telah berubah, menyesuaikan, dan berkembang berkat kemajuan teknologi selama tiga puluh tahun terakhir - dan secara signifikan lebih sejak pergantian abad. Meningkatnya penggunaan media sosial di semua usia populasi hanyalah salah satu contoh penting dari perubahan ini. Di seluruh Nigeria ini - dan seluruh dunia - benar-benar masih menyesuaikan diri dengan kondisi pikiran di mana transaksi online tidak menimbulkan risiko keamanan.

Dari perspektif Nigeria, hal ini juga merupakan titik kritis untuk mengubah persepsi di seluruh komunitas global dengan menunjukkan tidak hanya nilai dan peluang untuk terhubung dengan pasar Afrika Barat tetapi juga bahwa melakukannya dapat aman dan bebas penipuan.

Anggota generasi muda sedang berkembang dalam masyarakat di mana ponsel dan komputer merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari dan di mana mereka terbiasa menggunakan teknologi di hampir seluruh bagian kehidupan sehari-hari, tetapi dampak dari transaksi tanpa uang tunai jelas terlihat sebagai keuntungan bagi semua. FinTech juga dapat memberikan akses perbankan yang aman kepada mereka yang tidak memiliki rekening bank, di mana institusi besar secara tradisional menunjukkan sedikit atau tidak ada minat karena hampir tetap pada biaya asrama dan nilai umur yang dianggap rendah dibandingkan dengan pelanggan korporat dan individu dengan kekayaan bersih menengah hingga tinggi. Sementara FinTech memberikan dampak positif di berbagai topik, ruang membatasi diskusi di sini pada tiga area utama berikut: keselamatan dan keamanan konsumen, kontribusi terhadap kebijakan moneter negara, dan dukungan untuk bisnis kecil dan pengusaha.

Keselamatan dan Keamanan Konsumen

Di ekonomi Afrika yang sedang berkembang di mana perbankan konsumen dan bisnis tidak biasa, FinTech berkontribusi besar untuk meningkatkan keamanan pribadi: 95% pembayaran konsumen internal Nigeria saat ini merupakan transaksi tunai yang menciptakan serangkaian risiko yang dapat dengan mudah dimitigasi dan diminimalkan melalui penggunaan teknologi.

Untuk memperburuk keadaan, banyak orang Barat menganggap penipuan dan korupsi sebagai risiko besar untuk bekerja dengan dan dalam hitungan ries seperti Nigeria dan telah kehilangan peluang besar untuk berdagang dan bertransaksi dengan ekonomi yang kuat dan berkembang ini.

Perusahaan rintisan seperti VoguePay, yang berbasis di pusat keuangan Eropa di London dan beroperasi di luar Lagos, dapat memberikan kemampuan pembayaran seluler dan online yang aman sebagai bagian inti dari proses mereka . Dari on-boarding berbiaya rendah dan pendaftaran yang memastikan kecocokan lengkap, validasi dan verifikasi detail pengguna dan bisnis hingga pelacakan dan audit yang ketat dari setiap transaksi online yang unik dan tidak dapat dipalsukan, bisnis ini meningkatkan volume untuk menghasilkan hemat biaya nilai.

Transaksi online yang aman dan diperiksa penipuannya hanya sebagian dari nilai yang diberikan: penghapusan sederhana risiko perampokan menggunakan daftar tetapi penggunaan data yang terkumpul dapat mendukung terciptanya fasilitas pemeriksaan kredit yang jujur, menggunakan analisis pola jejaring sosial untuk membantu pemberi pinjaman menilai kelayakan kredit.

Kontribusi untuk Kebijakan Moneter Negara

Persepsi bank yang bergerak lambat, konservatif, dan pada akhirnya menolak perubahan sedang disangkal, terutama karena sektor perbankan tradisional sedang belajar bahwa mereka perlu bereaksi dan menanggapi gangguan yang dipicu oleh sektor FinTech. Sektor start-up yang gesit masih jauh di depan, memanfaatkan peluang pasar dengan pendekatan yang terfokus dan dikomoditisasi. Menyediakan antarmuka web yang ramah pengguna - dan menerima margin yang lebih rendah - pada area transaksi bervolume tinggi seperti transfer uang lintas batas, memberikan otomatisasi dan kesederhanaan untuk alokasi aset, minimalisasi pajak, dan saran investasi.

FinTech berkontribusi pada ekonomi nasional Nigeria dan mendukung kebijakan Bank Sentral untuk mengurangi jumlah uang tunai yang beredar (dan biaya penanganan uang tunai). Pengurangan seperti ini juga membantu membatasi korupsi, kebocoran, dan pencucian uang sekaligus meningkatkan efektivitas kebijakan moneter lain yang dimaksudkan untuk mengelola inflasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Nigeria bisa saja menjadin negara tertinggal namun ada peluang nyata bagi negara untuk memanfaatkan kekuatan keuangan dan ekonomi yang diberikan oleh FinTech untuk memungkinkan kedewasaan kebijakan fiskal yang tumbuh dan untuk merebut peran kepemimpinan yang sebenarnya.

Sementara Nigeria terus membelanjakan sebagian besar dari apa yang diperoleh dari sektor minyak, sejauh ini mereka menahan godaan untuk meminjam atau terlalu merangsang ekonomi , mempertahankan utang luar negeri di bawah 3,5% dan keseluruhan stok utang sektor publik sekitar 20% dari PDB. Tidak dapat dilupakan, tentu saja, bahwa bank tetap menjadi pusat ekosistem pembayaran - penyedia

pembayaran mulai dari VoguePay hingga Apple Payments tetap bergantung pada mereka karena strukturnya dan sebagai tempat penyimpanan dana yang aman (dan diatur), meskipun penyedia mata uang kripto bekerja keras untuk mengubah kenyataan itu.

Namun ini tidak berarti bahwa ada ketidakcocokan antara regulasi dan inovasi cepat: ini lebih merupakan keterputusan, karena kedua belah pihak ada untuk melayani kebutuhan pelanggan dan pelanggan, baik perusahaan maupun konsumen, yang akan membuat pilihan. Pilihan ini dibuat setiap hari dan berbeda dari keputusan di masa lalu. Fleksibilitas dan kenyamanan ditawarkan bersama dengan pilihan-pilihan ini dan ini bukan lagi dunia di mana pilihan ke mana bank harus menjadi pilihan jangka panjang atau permanen. Dan, jika bank dan penyedia layanan keuangan lainnya tidak dapat memperkirakan pendapatan berulang dan jumlah pelanggan, maka mereka, menurut definisi, diharuskan untuk terus meningkatkan standar dalam hal layanan dan pelayanan atau melihat basis pelanggan mereka terus menyusut. Dan ketika sampai pada penetapan tingkat suku bunga dan penerapan kebijakan moneter, ini adalah cerita yang sama sekali berbeda.

Dukungan untuk Bisnis Kecil dan Pengusaha

Dengan memberikan pelatihan, dukungan langsung, keranjang belanja yang dibuat sebelumnya dan integrasi situs web - serta kemampuan untuk mengumpulkan dan mengirim uang langsung dari ponsel tanpa perlu situs web - dan dengan memanfaatkan kehadiran lokal dan pengetahuan budaya serta menerapkan secara ketat mekanisme anti-penipuan, perusahaan rintisan FinTech seperti VoguePay memungkinkan perubahan ini dan membantu menghilangkan hambatan tradisional terhadap teknologi untuk ribuan bisnis.

Mengurangi penipuan dan kredit macet pada gilirannya membuat biaya pinjaman lebih rendah yang secara langsung berdampak pada biaya pinjaman, belum lagi menciptakan lebih banyak peluang untuk pinjaman yang aman yang memberikan hasil positif bagi konsumen dan bisnis kecil melalui pinjaman langsung dan crowdfunding.

Ini adalah benang merah di seluruh negara berkembang bahwa ada penggunaan infrastruktur perbankan yang terbatas, dan kepercayaan yang bahkan lebih terbatas. Namun, hasil, kisah sukses dari mulut ke mulut yang didorong oleh media sosial, dan rekomendasi tentang pembayaran, transfer, dan nilai crowdsourcing meyakinkan elemen masyarakat yang terus meningkat untuk memanfaatkan pendekatan modern terhadap keuangan untuk keuntungan mereka sendiri. Inovasi ini bersifat global, diiklankan oleh pengguna itu sendiri, dan memberikan nilai yang menarik bagi pengguna tersebut.

Bisnis pendukung start-up FinTech - dan start-up lainnya - mulai dari pedagang pasar dan toko hingga importir, eksportir, dan pedagang Valas dalam meningkatkan keuntungan mereka dengan kemampuan terjangkau yang memungkinkan mereka menjangkau pasar baru dan pelanggan baru - di kasus pembayaran platform dengan memungkinkan pembayaran yang aman, multi-mata uang, dan mata uang kripto di pasar internasional.

Dengan memungkinkan bisnis untuk memulai dan berkembang, berbagi keuntungan dengan pengembang dan agensi digital, dan memungkinkan perusahaan rintisan non-teknologi untuk mengamankan transaksi mereka, akuisisi terbaru mereka selangkah lebih maju dengan ekosistem yang memungkinkan para wirausahawan untuk memulai yang baru. bisnis dengan biaya masuk yang sangat rendah : contoh lain dari FinTech yang memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan nasional .

Pedoman "berbisnis tidak dapat hanya berjalan seperti biasanya" (business as usual) adalah masa lalu

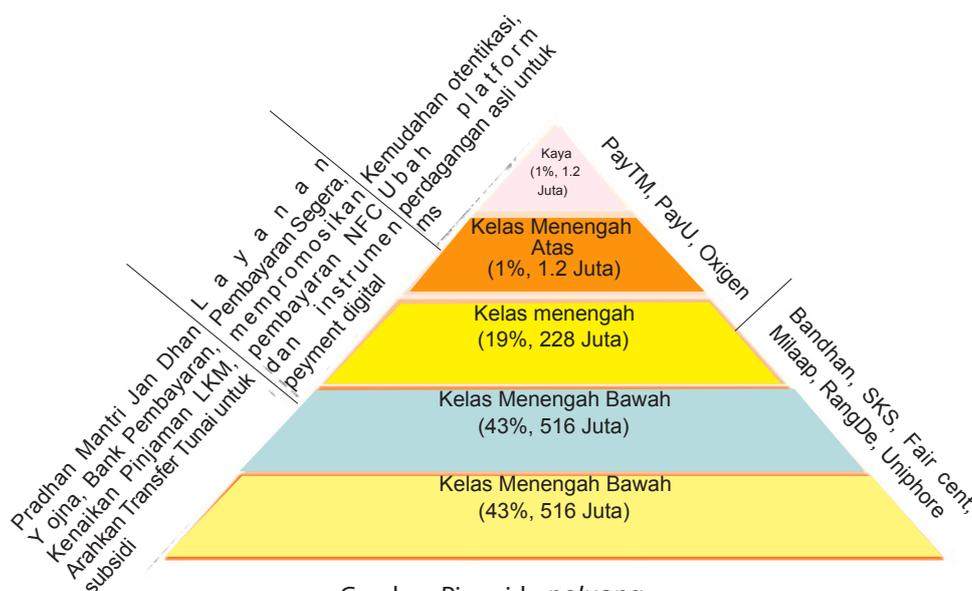
Singkatnya, perbankan - dan transaksi keuangan untuk pelanggan dan bisnis - jauh dari "bisnis seperti biasa". Pesaing baru dari start-up FinTech dan dari industri lain yang berdekatan membanjiri pasar dengan produk dan layanan yang nyaman, aman, dan mudah digunakan yang sebelumnya merupakan domain eksklusif bank Nigeria, yang dibiarkan menonton multi Miliaran monopoli Naira lolos. Dibutuhkan komitmen, usaha, dan investasi waktu, uang, dan sumber daya tetapi ini terjadi dengan dasar yang meningkat karena prinsip sederhana dari layanan pelanggan yang berkualitas.

Untuk melawan, bank-bank besar ingin berkolaborasi, berinovasi, dan meningkatkan perbankan sosial, tetapi apakah sikap mereka terhadap layanan, pengiriman, biaya rendah, dan fleksibilitas berubah seiring waktu? Akankah mereka mendukung yang "tidak memiliki rekening bank"? Akankah pemangku kepentingan mereka mengizinkan mereka untuk mengambil lebih banyak risiko pada pelanggan yang lebih kecil - dan semakin kecil keuntungan yang mereka hasilkan? Dan, akhirnya, dapatkah mereka mengambil hati generasi muda yang melek teknologi dan ekspektasi mereka akan paradigma baru layanan pelanggan?

4.6

India dan Piramida Peluang

Gagasan CK Prahalad yang sering dikutip menyatakan bahwa ada kekayaan yang bisa didapat di dasar piramida, kekayaan yang dibangun di atas solusi yang memberikan solusi bagi jutaan yang miskin dan kurang terlayani. Penduduk India sangat beragam dari segi demografi sosial ekonomi. Pada piramida seperti itu, ia berbagi sebagian besar dari jutaan ini di bagian bawah dan bagian yang cukup besar dari yang terkaya di atas, dengan mayoritas penduduknya di antaranya (lihat Gambar sayap kiri). Populasi 1,2 miliar dapat dikelompokkan berdasarkan pendapatan ke dalam kelompok rentan (35%, 420 juta), kelas menengah ke bawah (43%, 516 juta), kelas menengah (19%, 228 juta), kelas menengah atas (1%, 1,2 juta), dan orang kaya (1%, 1,2 juta).



Gambar: Piramida *peluang*

Pada catatan itu, area penting dalam piramida peluang India untuk FinTech berkisar dari inklusi keuangan di kanan bawah hingga meningkatkan layanan keuangan dan memberikan pembayaran keuangan eksklusif mutakhir, ke atas, yaitu langsung dari kewirausahaan sosial hingga sosial. perbankan berbasis jaringan dan sistem pembayaran ke pasar modal. Ini terjadi dalam bentuk bank pembayaran, pinjaman, keuangan mikro, asuransi, valuta asing dan remitansi, dompet digital, peer-to-peer, model pembayaran inovatif, investasi, dan perdagangan. Perusahaan dan wirausahawan telah berfokus pada penyederhanaan teknologi dan model distribusi yang menciptakan dampak yang lebih besar, serta kemajuan teknologi yang mengganggu yang telah menciptakan berbagai kasus penggunaan. Kisah sukses wirausaha sangat banyak di bidang ini.

Mempertimbangkan bahwa India adalah salah satu pasar pinjaman *offline peer-to-peer* (P2P) terbesar di dunia, pinjaman P2P, crowdfunding, dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) online seperti Bandhan, SKS, Milaap, RangDe, dan Faircent telah meraih sukses luar biasa dan dampaknya dengan menjembatani pasar per kelas dengan kelas menengah ke bawah dan populasi rentan. Uniphore adalah usaha sukses lainnya yang menyediakan analitik ucapan dan biometrik suara untuk perusahaan keuangan untuk memfasilitasi verifikasi yang mudah dan transfer informasi penting ke komunitas pedesaan dalam 11 bahasa daerah. Ini adalah contoh di mana tantangan dalam peminjaman dan interaksi dengan komunitas yang kurang terlayani dipandang sebagai peluang yang dapat dijembatani oleh ide dan teknologi FinTech.

Melalui piramida, aplikasi dan ide yang dihadapi konsumen telah melihat kebangkitan yang kuat dari model pembayaran yang lebih baru dalam bentuk gateway dan dompet. Agregator dan aplikasi e-commerce lintas vertikal - langsung dari FlipKart dan Snapdeal hingga agregator taksi (Ola dan Uber) dan layanan pengiriman hiperlokal semuanya telah menghidupkan kembali ruang pembayaran di India. Memanfaatkan penetrasi teknologi di pasar dan peraturan yang berlaku sehubungan dengan instrumen pembayaran, banyak Perusahaan Keuangan Non-Perbankan (NBFC) telah mengadopsi dompet digital dan membantu memfasilitasi sistem pembayaran tanpa uang tunai dan lebih mudah. PayTM adalah platform e-niaga dan pembayaran dengan fokus signifikan pada dompet seluler / digital dan ikatan pedagang (yang paling sukses adalah hubungan dengan Uber) yang mendefinisikan ulang persepsi pembayaran.

Penggerak awal lainnya dalam ruang peluang ini adalah Oxigen, dompet seluler non-Bank yang merupakan layanan terintegrasi yang disetujui RBI (*Reserve Bank of India*) dan *National Payments Corporation of India* (NPCI). Menggunakan *Immediate Payment Service* (IMPS) dari NPCI ini memungkinkan transfer uang dan pengiriman uang yang lebih sederhana dan lebih cepat ke lebih dari 60 bank di seluruh komunitas di India. Dalam perjalanannya, baik sisi pembayaran pedagang maupun pelanggan dipenuhi dengan masalah redundan dan keamanan. PayUmoney adalah solusi integrasi gateway pembayaran yang sangat aman dan sama suksesnya di seluruh metode pembayaran, yang telah menyederhanakan proses di kedua sisi. Memanfaatkan peluang penetrasi seluler (internet) yang dalam di India dan pertumbuhan telekomunikasi yang tinggi, JunoTele adalah perusahaan rintisan yang menyediakan penagihan dan pembayaran waktu nyata dan sesuai permintaan untuk layanan secara tidak langsung melalui operator seluler dengan WiFi dan offline.

Kepentingan investasi di negara itu juga tumbuh. Modal ventura dari investor asing telah melihat aliran masuk yang stabil ke India, terutama untuk usaha tahap awal. Kesepakatan ventura tahap

awal ini menyumbang lebih dari 82% dari semua kesepakatan di bidang teknologi selama setahun terakhir di India. Kepentingan ini dari luar negeri berinvestasi KASIH adalah karena berbagai faktor yang ditawarkan oleh piramida kesempatan di India. Pertumbuhan ukuran segmen konsumen serta penetrasi seluler dan internet menjadi faktor utama. Tiger Global telah menginvestasikan banyak (\$ 269 juta lebih dari 11 kesepakatan) di ruang konsumen kemudian, diikuti oleh Sequoia Capital (\$ 208 juta lebih dari 14 kesepakatan) dan Steadview Capital (\$ 107 juta untuk dua kesepakatan). Meski demikian, hanya setengah dari usaha modal mengalir ke awal teknologi tahap start-up adalah dari dalam India, menekankan baik investasi asing dan lebih kecil, namun tumbuh, segmen lokal investasi.

Di sisi lain, pembuat kebijakan dan sektor publik telah berfokus pada kemudahan inovasi ini dan dalam menciptakan jalan untuk adopsi dan difusi yang lebih mudah. Kerangka peraturan dari Reserve Bank of India (RBI) telah diberlakukan pada layanan keuangan untuk membuat infrastruktur yang kuat untuk pembangunan. Organisasi Internasional Komisi Sekuritas (IOSCO) dan Bank untuk Penyelesaian Internasional (BIS) baru-baru ini memuji RBI dan Dewan Sekuritas dan Bursa India (SEBI) dalam hal tanggung jawab dan kemampuan pasar keuangan. RBI khususnya telah melakukan berbagai langkah untuk memastikan aliran teknologi, seperti menghapus persyaratan Faktor Otentikasi Tambahan untuk transaksi kartu saat ini dari nilai mal, mempromosikan teknologi NFC (*Near Field Communication*), dan meningkatkan batas peminjaman untuk LKM. SEBI mengumumkan pada tahun 2015 pelanggaran norma dan gerakannya untuk membangun platform perdagangan alternatif bagi para pemula yang berurusan dengan perdagangan online.

Langkah ini disebut-sebut akan membuka aktivitas perdagangan dan investasi di puncak piramida peluang . NPCI juga telah meluncurkan beberapa proyek seperti: (1) ATM Switching; (2) pembayaran seluler; (3) Periksa Sistem Pematangan ; (4) Sakelar PoS; (5) Layanan Pembayaran Langsung (IMPS, layanan transfer uang 24/7); (6) RuPay; dan (7) Unified Payment Interface.

Pradhan Mantri Jan Dhan Yojana (PMJDY) yang gagas dan dijalankan oleh pemerintah adalah misi lain dari inklusi keuangan di daerah perkotaan dan pedesaan, mempromosikan difusi rekening bank, layanan keuangan, dan mobile banking dengan biaya terjangkau. Pada 24 Juni 2015, 164,3 juta akun telah dibuat, dengan sekitar 19.015,42 INR crores (US \$ 2,8 miliar) disimpan di dalamnya di bawah skema tersebut.

Aadhar (*universal identity*) dan kemajuan *know-your-customer* telah memungkinkan skema transfer tunai langsung, yang mendepositkan subsidi langsung ke rekening bank. Pemerintah juga telah membentuk sistem perbankan yang berbeda dalam bentuk bank pembayaran untuk menyediakan perbankan yang lebih murah dan mudah bagi masyarakat yang kurang terlayani.

Sektor publik dan swasta yang memainkan setiap tindakan pihak lain telah secara langsung memungkinkan kemudahan dan adopsi berbagai teknologi dan layanan keuangan. Namun, masih banyak peluang yang masih perlu ditangani secara nasional, seperti akses linguistik ke layanan ini dan aliran uang lintas rekening (51,86% dari rekening PMJDY saat ini memiliki saldo nol), yang hanya dapat terjadi melalui pengembangan usaha. Pemanfaatan dan dampak dana 10.000 INR crores yang dialokasikan pemerintah untuk pengembangan dan inkubasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) masih belum dinilai. Proyek mendatang untuk mendirikan Badan Pengembangan dan Pembiayaan Unit Mikro (Bank MUDRA) akan bekerja untuk tujuan yang sama dan menciptakan ruang kesempatan yang sama untuk pengembangan usaha. Pembangunan telekomunikasi seperti layanan 4G berbiaya

rendah dengan investasi spektrum tinggi dari Reliance Jio Infocomm Limited , dan jaringan serat optik nasional pemerintah untuk menghubungkan daerah pedesaan dan gram panchaya (pemerintah daerah pedesaan) ke dalam jaringan, dapat memungkinkan tulang punggung infrastruktur untuk memfasilitasi tindakan positif pada piramida peluang ini.

Semua hal dipertimbangkan, piramida peluang ini terus berkembang, membawa serta tantangan baru untuk diatasi dan pemberontak menciptakan peluang baru yang memungkinkan kita untuk melihat piramida sebagai bantuan bagi perkembangan ekonomi negara.

Bab 5

Solusi-Solusi Dalam FinTech

Pendahuluan

Bagian kelima buku ini merangkum solusi FinTech terbaru untuk para pelaku korporasi dan konsumen ternama. Solusi *Business-to-business* (B2B) telah dibagi menjadi beberapa yang secara strategis membantu bank untuk mempertahankan peran utama mereka dalam layanan keuangan dan solusi yang berfokus pada membantu perusahaan lama menjadi lebih efisien dan kompeten atau lebih aman dan lebih siap untuk membuat keputusan perdagangan holistik.

Solusi Business-to-consumer (B2C) mencakup model bisnis yang mengganggu seperti crowdfunding, pembayaran pengiriman uang global, solusi untuk bisnis kecil dan sektor lainnya. Kami juga akan fokus pada masuknya Apple dalam aplikasi pembayaran melalui Apple Pay, dan ledakan perangkat wearable merupakan perangkat terbaru dalam penyediaan layanan keuangan kepada konsumen.

5.1

Masa Depan Rantai Pasokan B2B Dalam Menghargai Kesepakatan

Thomas Edison tidak menemukan bola lampu. Seperti banyak visioner sebelum dan sesudahnya, pria yang pernah mengklaim bahwa “Genius adalah 1% inspirasi dan 99% cucuran keringat” ternyata pertama kali melewati pos dalam perlombaan untuk memecahkan masalah dengan iterasi yang sudah ada sebelumnya. Tapi meski bola lampu Edison bukan yang pertama, itu yang terbaik. Sementara model sebelumnya terbukti tidak sesuai untuk tujuan karena biaya, umur panjang, dan keandalan, model ini adalah bukti cemerlang dari kekuatan inovasi, dan pengingat bahwa di balik setiap sistem yang rusak terdapat solusi yang pasti.

Saat ini, ranah e-commerce tampaknya lebih dicirikan oleh solusi inovatif daripada masalah - setidaknya sejauh menyangkut konsumen rata-rata. Sambil duduk manis di sofa, pembeli online dapat mencari dan mengamankan hampir semua hal dengan satu sentuhan tombol. Kenyamanan semakin meningkat, dan kebutuhan kita akan kecepatan telah diimbangi dengan kemajuan yang kabur dalam mobilitas, komunikasi, dan jaringan. Dengan penjualan e-commerce Business-to-Consumer (B2C) di pasar AS yang sudah matang diperkirakan akan meningkat sebesar 18% pada tahun 2015, serta pengenalan solusi transaksi baru seperti Apple Pay, domain e-commerce B2C terus tumbuh dengan kecepatan yang menakjubkan berkat teknologi ultra-nyaman yang memberdayakan empat miliar (dan rekan) pelanggan yang saat ini berbelanja di internet. Tidak mengherankan jika pemain B2C terbesar China, Alibaba, memecahkan rekor \$ 25 miliar pada Penawaran Umum Perdana di New York Stock Exchange pada tahun 2014.

Namun, sejauh tambang emas e-commerce B2C berjalan, masih ada wilayah yang lebih menguntungkan untuk dijelajahi. Satu perkiraan memperkirakan bahwa B2B e-commerce di AS akan bernilai empat kali lipat dari B2C pada tahun 2014, sementara yang lain, statistik tersebut memberikan gambaran yang sehat dari lanskap e-commerce B2B, tetapi pada kenyataannya mereka mungkin lebih mewakili potensi pasar daripada konfirmasi bahwa semuanya indah di taman.

Perdagangan Kompleks

Sementara vendor B2C yang sudah mapan seperti Amazon dan Alibaba berada dalam posisi untuk memanfaatkan penciptaan pengalaman seperti konsumen bagi pembeli dan pemasok B2B, rantai pasokan akan lebih baik dilayani dengan membuat alur kerja pengadaan dan platform penjualan terintegrasi mereka sendiri untuk fleksibilitas maksimum, visibilitas, dan profitabilitas. Nafsu akan fluiditas yang telah mendorong kemajuan e-commerce konsumen sama-sama didambakan oleh bisnis, yang memiliki miliaran alasan untuk berkolaborasi secepat mungkin satu sama lain.

Sampai batas tertentu, inovasi yang ada telah membantu mewujudkan keinginan itu. Semakin banyak bisnis yang beralih ke jaringan perdagangan B2B yang menawarkan solusi untuk masalah umum untuk pengelolaan pengeluaran tidak langsung. Janji dari jaringan ini adalah otomatisasi, efisiensi, dan transparansi pada aliran Purchase-to-Pay (P2P) dan Order-to-Cash (O2C), membantu menghilangkan beberapa pekerjaan manual yang diperlukan. Beberapa tahun terakhir juga telah melihat layanan ini mulai beralih ke cloud dan menawarkan aplikasi seluler sebagai cara lain untuk memastikan bisnis

mereka dapat mencapai skala yang sama dan mungkin lebih siap untuk memantau data secara real time. Secara keseluruhan, seharusnya tidak mengejutkan bahwa 73% perusahaan percaya jaringan perdagangan B2B meningkatkan kolaborasi antara pembeli dan pemasok.

Integrasi jaringan perdagangan B2B yang tersedia ini tentunya merupakan langkah ke arah yang benar bagi bisnis yang ingin memanfaatkan teknologi saat ini, tetapi masih ada kendala utama dalam upaya untuk memastikan perjalanan pelanggan B2B mencerminkan kenyamanan pengalaman B2C. Karena digunakan pada intinya, perdagangan B2B dan B2C memiliki perbedaan mendasar.

Sebagai permulaan, untuk set B2B, lebih banyak orang yang terlibat dalam keputusan pembelian di sisi pembeli, meningkatkan tantangan bagi pemasok atau pemasok, karena mereka terlibat dalam siklus penjualan dan persetujuan yang lama. Lalu ada keragaman saluran pembelian yang memungkinkan, yang membuat otomatisasi dan rekonsiliasi menjadi rumit karena pemasok melacak apakah penjualan terbaru mereka dilakukan melalui portal online, email, telesales, atau jabat tangan perusahaan. Faktor lain yang jelas tetapi kunci adalah volume pembelian barang dan ukuran faktur yang secara signifikan lebih besar dalam perdagangan B2B. Transaksi ini sangat bergantung pada hubungan, dan melibatkan tingkat kolaborasi dan koordinasi.

Dalam transaksi B2C, pelanggan tidak mungkin membedakan antara membeli langsung dari Amazon atau vendor pihak ketiga dengan etalase di situs. Dalam transaksi B2B, kemitraan sangat berharga dan bisnis yang berulang sangat penting untuk kelangsungan hidup. Sementara jaringan perdagangan B2B memenuhi beberapa kerumitan ini, tautan terakhir dalam rantai B2B - pembayaran - tetap terhambat oleh sejumlah besar variabel yang mahal.

Masalah Pembayaran

Jika konsumen ingin membeli satu item secara online, mereka akan menemukan harga yang relatif tetap di beberapa situs web, melakukan pemesanan, dan meminta agar pembelian mereka tiba. Menyelesaikan transaksi B2B tidak begitu mudah. Peraturan perpajakan mulai berlaku, harga barang dapat berubah secara dramatis dari satu hari ke hari berikutnya, atau bergantung pada diskon volume, penawaran khusus, dan banyak lagi. Pengiriman juga menambah kerumitan lebih lanjut, karena banyaknya variasi produk yang terlibat. Ada juga geografi yang perlu dipertimbangkan, dengan penyebaran rantai pasokan yang memperkenalkan masalah lebih lanjut seputar zona waktu, jarak pengiriman, dokumentasi bea cukai, dan ketidakkonsistenan budaya dalam cara bisnis berharap untuk melakukan bisnis.

Dan bagaimana dengan potensi perubahan setelah pembayaran dilakukan? Lebih dari 60% transaksi B2B memerlukan intervensi manual karena kondisi atau peristiwa bisnis baru mengharuskan pembayaran dibagi, digabungkan, dialihkan, dijadwal ulang, atau diubah untuk segala macam alasan tambahan. Perubahan ini menciptakan mimpi buruk untuk pengiriman uang dan rekonsiliasi transaksi. Sebagai konsekuensinya, lebih dari 30% dari faktur dibayar terlambat, 30 hari atau lebih.

Salah satu masalah utama di sini adalah data. Ketika pembeli mengeluarkan pembayaran batch untuk barang ke beberapa pemasok, hampir tidak mungkin bagi pembeli untuk memberi tahu pemasok dengan tepat apa yang mereka bayar atau menambahkan detail tambahan apa pun dalam sistem saat ini. Jika pembayaran mereka mencakup beberapa faktur, misalnya, ada ruang yang sangat terbatas untuk mengatakannya. Seperti yang dikatakan seorang ahli, format NACHA 94 karakter yang digunakan oleh

97% dari semua pembayaran elektronik di AS memungkinkan untuk “sekitar setengah dari informasi yang diberikan tweet”. *Format Single European Payments Area (SEPA)* memiliki tantangan yang sama. Hampir tidak cukup untuk data kompleks yang diperlukan untuk menggambarkan transaksi B2B dasar - apalagi jika beberapa variabel berubah di suatu tempat dalam siklus hidup transaksi. Masalah ini diperburuk oleh transaksi lintas batas di mana sistem keuangan tidak menggunakan bahasa yang sama dan bahkan kehilangan lebih banyak data dalam terjemahan.

Tantangan semacam itu membuat arus kas tidak dapat diprediksi, dan membuat bisnis bermain tebak-tebakan. Pembeli ingin mengoptimalkan modal kerja mereka dan mengelola likuiditas dengan lebih baik dengan memperkenalkan lebih banyak visibilitas dan kontrol untuk proses pengadaan mereka, tetapi tidak memiliki informasi yang akurat atau mutakhir untuk memandu mereka - sering kali melewatkan diskon pemasok dalam prosesnya. Demikian pula, pemasok ingin mendapatkan bayaran yang dapat diprediksi: tepat waktu, dengan jumlah yang benar, dan dengan data yang benar. Jika tidak, mereka tidak dapat memprediksi arus kas dan sering kali berada dalam posisi yang sulit ketika mereka berusaha mengumpulkan modal untuk menutupi biaya. Masalah-masalah ini terlalu nyata untuk sebagian besar bisnis - 78% di antaranya mengatakan bahwa mereka tidak dapat memperkirakan arus kas dengan akurat.

Selama perusahaan tidak dapat berkolaborasi dan bertransaksi dengan mitra di seluruh dunia secara real time, visibilitas dan kendali atas apa yang terjadi pada uang mereka dikaburkan, dan rantai pasokan tetap tidak efisien (lihat Gambar berikut).



Gambar: Ironisnya, di era bisnis 24/7/365 saat ini, yang terhubung dengan dunia, sebagian besar bisnis masih memiliki sedikit kontrol atau visibilitas terhadap status proses pembayaran mereka - dan konsekuensinya sangat mengejutkan

Detail yang lebih halus menyakitkan untuk diamati. Saat ini, perusahaan masih mengelola 70% dari semua faktur melalui kertas, dan menghabiskan hampir \$1 triliun biaya kepada perantara hanya untuk melakukan pembayaran – setengahnya harus ditangani secara manual. Dengan biaya rata-rata satu faktur diperkirakan \$14,21 pada tahun 2014, dan banyak perusahaan memproses lebih dari 400.000 faktur setiap tahun, waktu dan uang yang terlibat dalam penyelesaian adalah pemborosan besar-besaran sumber daya dan modal. Dan sementara departemen Utang Usaha yang berpikiran maju secara bertahap bergerak dari jejak kertas ini, mereka tetap terhambat oleh kelangkaan solusi yang telah ada untuk membuat transisi ke otomatisasi pembayaran penuh secepat dan mulus seperti yang mereka butuhkan.

Sistem yang Rusak

Akar dari masalah pembayaran terletak pada sistem kuno yang ditawarkan sebagian besar bank untuk pengiriman uang B2B. Dengan sedikit pesaing, dan oleh karena itu hanya sedikit yang diuntungkan dengan perubahan, bank terus memberikan "solusi" yang tidak mengalami banyak perubahan sejak Edison pertama kali memecahkan teka-teki bola lampu. Model perbankan non-standar di seluruh dunia, struktur organisasi yang terfragmentasi yang mengganggu visibilitas pelanggan, dan kolaborasi yang buruk antara bank dan lembaga keuangan hanyalah beberapa kelemahan yang membuat layanan perbankan saat ini menjadi usang dalam ekonomi kita yang semakin terhubung. Tidak diragukan lagi, platform perbankan vestigial ini adalah faktor kunci yang membuat departemen AP tenggelam di bawah lautan kertas saat mereka mengelola sejumlah besar transaksi pengecualian B2B, dan alasan mengapa bisnis tidak dapat meniru tingkat kenyamanan yang sekarang dinormalisasi di B2C e-commerce. Bahkan jaringan B2B yang ada yang mengklaim menawarkan komponen pembayaran sebenarnya hanya mengirimkan "file instruksi" pembayaran statis ke bank atau link ke payment gateway. Akibatnya adalah kurangnya transparansi dan hilangnya data penting yang terjadi dengan sistem tidak fleksibel yang disediakan oleh bank.

Berbagai variabel dalam transaksi B2B ini menggarisbawahi fakta bahwa kondisi bisnis terlalu dinamis untuk dilayani secara memadai oleh metode pembayaran statis tersebut. Metode ini termasuk kartu kredit, transfer kawat, dan transaksi ACH untuk menyebutkan beberapa, dan setiap perubahan pada detail pembayaran yang lebih baik yang dilakukan dengan cara ini secara instan menyebabkan kolaborasi B2B menjadi berantakan, memakan waktu, dan mahal.

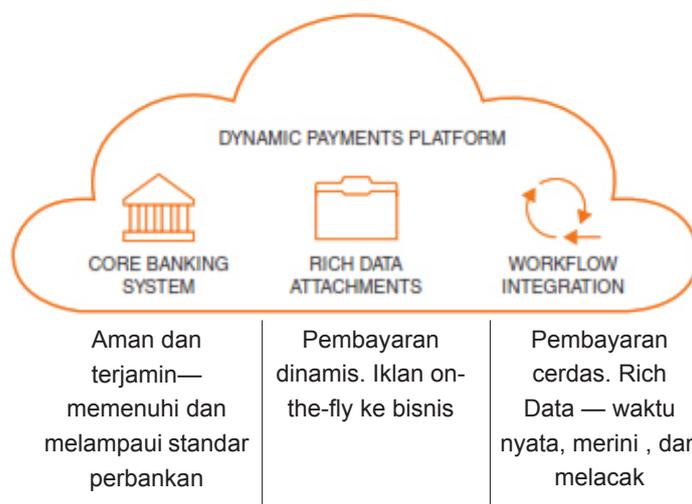
Untungnya, seperti setiap masalah yang terus-menerus, solusi yang pasti dapat ditemukan dengan mengambil pendekatan baru.

Pembayaran yang Dinamis

Saat ini, para inovator FinTech keluar untuk menciptakan platform pembayaran yang sama dinamisnya dengan bisnis global. Start-up sudah berpartner dengan perusahaan terkemuka untuk menjadikan proses pembayaran yang sangat penting sebagai bagian dari pengalaman perdagangan B2B mereka. Yang mendasari pekerjaan mereka adalah keyakinan bahwa kolaborasi B2B yang sesuai untuk pasar digital modern tidak akan mungkin terjadi sampai rintangan terakhir pembayaran statis dihapus.

Langkah pertama bagi mereka yang ingin mewujudkan status B2B nirwana adalah mendefinisikan dengan tepat apa yang dimaksud dengan "dinamis" sebagai lawan dari pembayaran "statis". Jika pembayaran dalam sistem yang ada lamban, terputus-putus, dan tidak efisien, maka setiap platform pembayaran dinamis harus memungkinkan transaksi yang jauh lebih cepat, lebih aman, dan lebih cerdas.

Untuk mencapai tujuan itu, para pemain baru ini telah menciptakan sistem yang memungkinkan bisnis untuk mengeksekusi, menghapus, dan menyelesaikan pembayaran secara real time, sepanjang waktu. Kunci dari upaya ini adalah keinginan untuk menggabungkan yang terbaik dari perbankan digital yang aman, pertukaran rich data elektronik yang cepat, dan teknologi berbasis cloud modern yang dapat menangani data terstruktur dan tidak terstruktur dalam berbagai ukuran atau format (lihat Gambar berikut).



Gambar: Elemen *platform pembayaran dinamis*

Penggabungan dan modifikasi layanan dan teknologi yang ada ini telah lama menjadi Cawan Suci persyaratan e-commerce B2B, dan formula untuk pembayaran berdasarkan peristiwa yang benar-benar dinamis.

Solusi perangkat lunak semacam itu memberdayakan bisnis untuk beradaptasi dengan semua kemungkinan pengecualian yang terjadi setelah pembayaran. Jaringan perdagangan B2B yang menawarkan kemampuan pembayaran dinamis sekarang dapat melampaui koneksi dasar pesanan pembelian dan faktur elektronik, dan benar-benar menawarkan sistem loop tertutup ujung ke ujung untuk pembeli dan pemasok mereka yang menggabungkan pandangan 360° dari keseluruhan transaksi – memungkinkan tingkat koneksi, kolaborasi, dan transaksi strategis yang sama sekali baru. Pembiayaan rantai pasokan, anjak piutang, diskon dinamis, pelelangan tunai, dan banyak lagi sekarang dapat menjadi bagian dari persamaan dengan menekan sebuah tombol.

Dengan memanfaatkan mesin alur kerja yang digerakkan oleh peristiwa yang terhubung ke sistem perdagangan B2B yang ada di seluruh rantai pasokan, perusahaan akhirnya dapat mempercayai teknologi untuk memantau dan secara dinamis bereaksi terhadap setiap perubahan dalam transaksi, sambil menjaga semua detail tetap sinkron. Berkat inovasi FinTech, proses pembayaran tidak lagi menjadi langkah terisolasi dan tidak dapat diprediksi yang merusak efisiensi sebelumnya yang diperoleh menjelang penyelesaian.

Hasil bersih untuk bisnis pertama yang beralih ke platform ini adalah kepemilikan yang lebih besar atas modal, likuiditas, dan arus kas mereka, dan penghapusan salah satu hambatan utama bagi mereka untuk bekerja dengan cara yang selalu mereka rasa secara naluriah harus dimungkinkan. Karena semakin banyak perusahaan mulai menyadari bahwa komponen perdagangan B2B yang paling cacat sedang ditangani saat ini, mereka akan melakukan tindakan merugikan dengan tidak mengadopsi solusi yang tersedia. Tentu saja, momen bola lampu ini hanyalah bagian dari kisah inovasi kolaboratif yang lebih besar di B2C dan B2B e-commerce, dan karena para penemu FinTech modern terus mendefinisikan dan mengubah cara kerja berbagai hal di dunia, ada tidak diragukan lagi masih banyak lagi percikan inspirasi yang akan datang.

“Pedagang tidak punya negara. Tempat mereka berdiri bukan merupakan keterikatan yang begitu kuat seperti yang mereka peroleh dari keuntungan mereka. “

Thomas Jefferson

Pada tanggal 13 Februari 1601 James Lancaster perlahan mengangkat jangkar kapal *the Red Dragon*, keluar dari Woolwich untuk memulai perjalanan yang tidak pernah terpikirkan akan mengubah dunia selamanya. Langkah pertama dalam globalisasi perdagangan telah dimulai dengan hanya empat kapal sederhana. Pada saat itu, dengan gagah berani orang-orang berpendapat bahwa apa yang menghubungkan dunia - itu adalah lautan. Laut memungkinkan adanya arus barang, perdagangan, dan informasi. Lautan adalah internet pertama. Barang-barang yang didistribusikan secara tidak merata adalah peluang yang dirasakan oleh para pengusaha global asli dan memiliki keberanian untuk menindaklanjutinya. Keuntungan mereka yang tidak adil adalah pengetahuan dunia yang sulit ditemukan, navigasi jarak jauh, dan kemauan untuk menghadapi peluang yang sangat besar di mana harga tertinggi adalah nyawa seseorang. Sekelompok pedagang berbasis di Londo yang bertindak sebagai investor benih malaikat mereka tidak pernah membayangkan hasil yang akan dihasilkan dari percobaan awal ini.

Hari ini, lebih dari 400 tahun kemudian, kita mengalami momen yang hampir identik, di mana peluang dan janji kekayaan berlimpah dan bahkan lebih besar. Aliran perputaran rempah-rempah dan barang bukanlah peluang besar hari ini - tapi arus data adalah jawabannya. Internet, dan lebih khusus lagi internet seluler, adalah samudra baru yang menghubungkan berbagai pantai. Informasi, yang pernah menjadi milik berharga di tangan beberapa orang terpilih, kini berada di ujung jari siapa pun yang ingin menggunakannya dan bertindak berdasarkan informasi tersebut. Masalahnya saat ini adalah terlalu banyak informasi yang datang dari berbagai sumber. Jadi, memahami semuanya, menghubungkan dan memanfaatkannya dengan baik telah menjadi seni - bukan proses pengumpulan informasi itu sendiri.

Situasi pedagang juga telah berubah. Setelah mereka yang memiliki gudang terbesar untuk menguasai pasar, hari ini adalah mereka yang tidak memiliki gudang atau stok sama sekali. Lokasi bangunan toko terancam dan menjadi beban karena harus membayar pajak bangunan.

Pedagang barang dan jasa digital murni bermain perlahan-lahan menciptakan persepsi bahwa itu adalah satu-satunya cara agar berhasil, dan perusahaan berbentuk 'brick and mortar' bisa segera punah (atau bisakah mereka bertahan?). Banyak hal telah berubah karena teknologi: dari konsumen yang terbiasa menjadi kenyamanan yang semakin berkembang, hingga waktu pengiriman yang lebih singkat, serta margin dan harga yang lebih rendah.

Tapi satu hal konstan dan terprogram dari perdagangan zaman kuno hingga hari ini - psikologi manusia. Yang diinginkan konsumen dan pelanggan adalah pengalaman. Apakah itu eksklusivitas, mendambakan sesuatu terlebih dahulu dan kemudian membual tentang hal itu ke jaringan mereka, atau serbuan dopamin yang disebabkan oleh pembongkaran kotak yang kedatangannya diharapkan. Efek kejutan

menerima sesuatu yang tidak terduga. Perasaan hangat yang luar biasa saat mengirim hadiah ke teman. Pengalaman tentang bagaimana sesuatu terasa pada saat Anda membeli (dan membayar!) itu. Pengalaman berdagang, bertukar barang dan uang, berganti pemilik. Ada sesuatu yang sangat pribadi dalam perdagangan apa pun, yang menjadi hilang di zaman digital ini. Orang tidak membeli barang, melainkan membeli pengalaman, ritual.

Emosi. Untuk itulah orang memberikan uang hasil jerih payah mereka, efek perasaan senang yang mengikuti atau merupakan bagian dari ritual pertukaran. Apakah Anda pergi ke restoran untuk mengakhiri rasa lapar Anda? Ya juga. Tetapi apa yang sebenarnya Anda cari adalah untuk merasa baik, dilayani dengan senyuman, untuk dikenali dan dimanjakan. Untuk merasa baik dan mengalami layanan hebat, yang juga termasuk makanan. Manusia terhubung untuk interaksi sosial, yang tidak akan pernah dijumpai di dunia digital. Teknologi saat ini telah memungkinkan hubungan jenis apa pun (pedagang-ke-orang, merek-ke-orang, orang-ke-orang) untuk dimulai di dunia digital, tetapi efek nyata dan lengkap dari hubungan itu dilepaskan di dunia fisik, antara dua manusia. Jika salah satu dari mereka adalah pelanggan dan yang lainnya adalah pedagang, itu jauh lebih baik.

Dan di sini kita sampai pada alasan utama mengapa pedagang digital bermain murni tidak cocok untuk pedagang yang memiliki kehadiran fisik dan digital. Ketika konsumen masuk ke toko batu bata dan mortir, peluang untuk meningkatkan dan mempersonalisasi pengalaman pelanggan adalah eksponensial. Ketika seorang pramuniaga mengetahui informasi yang benar tentang preferensi pelanggan, bahkan mungkin nama mereka dan konteks sebenarnya dari kunjungan mereka, pelanggan merasa dilayani dan diperlakukan secara pribadi. Pelanggan merasa seperti raja. Tidak ada permainan digital murni yang dapat mengekstrak senyum itu dan ikatan semacam itu antara merek dan konsumen..

Dan fakta kecil yang tidak diketahui ini adalah penyelamat bank pintar. Personalisasi pengalaman pelanggan secara real-time, berdasarkan titik sentuh terbaik, di mana-mana, dan paling tanpa gesekan yang tersedia di mana saja – terminal titik penjualan. Dapatkah Anda membayangkan titik yang lebih baik untuk akuisisi pelanggan dan evolusi hubungan? Sementara seluruh industri menemukan kembali cara-cara baru untuk membayar dan menciptakan teknologi dan standar pembayaran yang bersaing, pelanggan tidak memiliki masalah dengan pembayaran. Mereka memasukkan kartu mereka dan dapat pergi dalam waktu kurang dari 10 detik dengan barang-barang di bawah lengan mereka. Tetapi beri mereka sesuatu yang lebih, berikan insentif kepada pelanggan, kejutkan mereka, tawarkan pengalaman pribadi yang lebih baik, menjadi lebih manusiawi – Anda sebagai pedagang akan menuai hasil, yang tidak terduga. Cobalah dalam skala kecil dan Anda akan segera mengetahui dengan sendirinya.

Sebagai bank, Anda memegang kepemilikan satu titik kontak terpenting dalam hubungan konsumen-pedagang, dengan penekanan pada hubungan - bukan transaksi. Mengembangkan model bisnis untuk menjual layanan yang memberikan nilai tambah bagi pedagang (dan selanjutnya disebut “raja”, pelanggan) di atas pemrosesan transaksi. Jual hubungan, walk-in, hubungkan pelanggan dan bisnis dengan cara yang berarti. Bantu pedagang membangun pertukaran nilai jangka panjang dengan pelanggan mereka, membantu merek membangun jaringan iklan dari pelanggan mereka yang saat ini yakin. Jadikan pelanggan layanan digital mereka dari mulut ke mulut, saluran pemasaran yang telah disumpah oleh setiap jenis pedagang sejak jaman dulu. Bantu bisnis mendapatkan lebih banyak senyuman dan referensi.

Kita hidup di zaman yang sangat menarik, di mana teknologi berubah setiap hal yang disentuhnya. Ini telah terjadi selama beberapa waktu, tetapi sejak seluler menjadi pusat perhatian, proses “perangkat lunak yang memakan dunia” telah dipercepat secara eksponensial. Belum pernah sebelumnya dalam sejarah umat manusia pengaruh teknologi dalam kehidupan sehari-hari begitu mendalam atau dampaknya terlihat begitu cepat. Mengapa demikian? Karena seluler ada di tangan setiap konsumen, ini adalah perangkat yang paling intim dan langsung untuk menjangkau dan mempengaruhi orang, termasuk momen pembelian yang ajaib. Dan konsumennya adalah, dan akan tetap, raja (atau ratu, tergantung kasusnya). Semakin banyak kemajuan teknologi, semakin jelas bahwa umpan balik waktu nyata dari konsumen satu sama lain, bahkan jika mereka adalah orang asing, telah memberi mereka kekuatan yang luar biasa - kekuatan yang ditakuti oleh semua jenis pedagang. Konsumen menentukan nasib pedagang, yang pada gilirannya menentukan nasib bank.

Tiga Pilar Transaksi Keuangan

Mari kita lihat tiga pilar tindakan transaksi keuangan ini : pelanggan, bank, dan pedagang.

Pelanggan

"Swiper, berhenti menggesek." Kutipan favorit dari Dora the Explorer yang menyenangkan, juga merupakan kutukan yang membayangi bagi bank dan pedagang. Konsumen memutuskan di mana dan kapan harus menggeser, menyentuh, membeli... dan terkadang tidak menggeser sama sekali. Tanpa gesekan, tanpa biaya transaksi, tanpa pedagang, tanpa bank. Jadi kami setuju bahwa pelanggan berada tepat di puncak rantai makanan.

Bank

Sebaliknya, bank yang mengakuisisi selalu menagih pedagang mereka, yang oleh banyak orang dianggap sebagai "pajak" tanpa ada nilai tambah yang dirasakan. Oleh karena itu, jika diberi kesempatan, pedagang akan pindah ke penawar terdekat yang terdekat. Tidak ada nilai tambah, tidak ada loyalitas, tidak ada negara. Dan ada banyak penantang, yang berpura-pura naik takhta perbankan. Bank-bank yang sudah mapan menghadapi serangan pengganggu melalui teknologi blockchain, pemrosesan yang tidak rumit, biaya yang lebih rendah melalui teknologi yang lebih murah, distribusi yang lebih murah, lebih ringan atau tanpa regulasi - dan akhirnya tidak ada biaya overhead fisik dan personel yang mahal. Beruntung bagi bank, penantang (masih) bersaing dengan biaya yang lebih rendah, harga, dan tidak ada komitmen jangka panjang. Tidak akan ada pemenang dalam perlombaan ke bawah dengan biaya per transaksi – pelajari pelajaran Anda dari dunia telekomunikasi. Pemenang sesungguhnya akan membedakan diri mereka dengan layanan di atas transaksi yang dianggap berharga baik bagi pedagang maupun konsumen akhir. Layanan B2B2C sederhana dan efektif yang diaktifkan dengan mudah dan dijual di atas solusi pemrosesan dan perolehan pedagang yang ada. Tidak diperlukan penjualan. Upselling yang cepat dan efektif.

Pedagang

Dan akhirnya, bagian ketiga dari teka-teki itu. Pedagang. Kita semua yang terlibat dalam layanan keuangan dan teknologi perlu mempertimbangkan kebutuhan sederhana mereka dan selalu menghadirkan masalah yang membara. Sekarang, apa yang diinginkan semua pedagang? Pedagang menginginkan lebih banyak keuntungan. Pedagang menginginkan pelanggan baru. Para pedagang ingin mengurangi dan menurunkan biaya mereka, terutama untuk pemasaran yang tidak dapat diukur. Tapi

yang paling penting - pedagang mencari dan menginginkan apa pun yang diinginkan dan diinginkan pelanggan, apa pun yang membuat pelanggan mereka senang dan mengubahnya menjadi pendukung yang tulus dan ikhlas. Sesuatu itu adalah senyuman yang sulit dipahami. Setelah Anda membuat mereka tersenyum, Anda sebagai pedagang, atau penyedia layanan apa pun, telah melakukan 50% pekerjaan Anda dengan pelanggan Anda. Anda telah membangun ikatan emosional. Pelanggan Anda menjadi lebih terlibat dan toleran. Jika merchant terus membangun senyuman itu, manfaat yang datang dari pelanggan yang diyakinkan (yang dapat diukur sepenuhnya jika seluruh pengalaman dirancang dengan baik) akan mengejutkan siapa pun. Pengalaman pelanggan itu, yang dirasakan melalui setiap titik kontak, diperhitungkan dan dibedakan lebih dari sebelumnya.

Building Block Bank Baru

Dengan apa yang kami pahami tentang pengalaman pelanggan dan titik kontak, apa yang dapat kami katakan tentang Bank Baru?

POS sebagai Titik Sentuh Pilihan

Bank dan pemroses memiliki satu-satunya titik kontak paling penting dalam hubungan antara konsumen dan bisnis, yang juga merupakan salah satu yang paling sering dilupakan. Pastikan Anda menaburkan sedikit debu peri ajaib di atas perangkat tersebut dalam bentuk layanan yang hanya memperoleh identitas pelanggan dan dapat bertindak serta bereaksi terhadap konteks pelanggan saat ini, dipasangkan dengan layanan latar belakang yang memberdayakannya. Ada berbagai macam perangkat POS generasi baru yang cerdas (seperti Poynt) yang akan dapat menggunakan layanan ini dan mempresentasikannya kepada pelanggan dengan cara modern pada momen kontak yang ajaib itu.

Data

Ada banyak perusahaan yang tahu banyak tentang perilaku pelanggan di dunia digital. Ada sangat sedikit yang dapat membangun konteks pelanggan dalam lingkungan fisik. Bank adalah salah satu dari sedikit itu.

B2B2C Automated Personalization SaaS untuk Pedagang dan Konsumen

Layanan ini, sebaiknya berdasarkan model bisnis kinerja, harus menjadi inti dari penawaran bank - mata rantai yang hilang yang menerjemahkan yang usang menjadi sangat diperlukan. Ingatlah bahwa kebijaksanaan berabad-abad yang masih berdiri dan akan selalu ada di dunia perdagangan - tempat seorang pedagang berdiri (bank dan petugas pajaknya) tidak merupakan keterikatan yang kuat seperti yang mereka peroleh dari keuntungan mereka - dompet pelanggan mereka. Dan akhirnya kita sampai pada kesimpulan yang mendasar - dia yang memegang kesetiaan dan kesetiaan konsumen akan mendapat perhatian dari pedagang juga. Bank - bangun, awasi, tawarkan layanan terkait transaksi untuk mendatangkan lebih banyak pelanggan ke merchant Anda. Ini bisa menjadi nilai tambah Anda yang nyata dan terukur sepenuhnya.

Akankah bank perlu berubah menjadi agen pemasaran teknologi? Akankah model bisnis bergerak lebih ke arah kinerja? Paling mungkin. Cepat. Karena jika bank tidak melakukannya, Facebook, Google, Apple, Samsung, Paypal, Amazon, dan pesaing lainnya pasti meletakkan rel, karena mereka telah merasakan peluang. Mereka ramping, cepat, dan dapat mengatasi regulasi dengan lebih mudah. Golden Age of Sail baru telah dimulai. Apakah Anda membangun kapal yang ramping dan cepat?

Dua pengamatan dapat dijadikan dasar dalam bab ini. Pertama, krisis keuangan telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam rasio kredit bermasalah di perbankan ritel. Salah satu akar dari perkembangan ini adalah masih lemahnya literasi keuangan nasabah ritel. Kedua, digitalisasi perbankan ritel berkembang pesat dan menjadi faktor kunci keberhasilan. Namun demikian, riset pasar cepat di negara-negara berbahasa Jerman menunjukkan bahwa evolusi perbankan online dalam lima tahun terakhir hanya terjadi di bidang desain dan pengalaman/antarmuka pengguna. Dengan demikian, ada kebutuhan yang meningkat untuk solusi baru yang menambah fungsionalitas yang lebih baik.

Idenya adalah untuk menyatukan dua pengamatan ini. Data transaksi historis pelanggan ritel dapat diubah menjadi prakiraan arus kas. Ini adalah mengatasi rasa sakit dunia nyata: banyak pelanggan merasa sulit untuk membuat perkiraan jangka panjang arus kas mereka dan untuk menganalisis skenario dalam konteks ini. Skenario tersebut dapat berupa momen hidup (misalnya dipromosikan atau kehilangan pekerjaan) atau keinginan untuk mencapai tujuan keuangan (misalnya bagaimana mendanai mobil atau flat baru). Data pelanggan ritel mencakup informasi yang cukup untuk memperluas prediksi ke periode jangka panjang yang cukup.

Dengan demikian, nasabah dapat menjelajahi masa depan keuangan mereka dalam grafik interaktif, dan produk bank dapat disajikan dalam konteks keputusan hidup.

Latar Belakang

Pada tahun 2015, banyak panelis dalam seminar-seminar manajemen mengklaim bahwa perusahaan yang sukses perlu memasang *chief innovation officer* yang baik di dewan mereka, atau jajaran staf bawah secara angung, dengan kekuatan untuk menerobos silo perusahaan (sistem yang memisahkan jenis-jenis karyawan yang berbeda, biasanya berdasarkan departemen tempat mereka bekerja) dan membalikkan proses yang macet. Untuk kedepannya, inovasi adalah pendorong utama keberhasilan ekonomi dan tekanan pada eksekutif untuk menghasilkan dan menempatkan inovasi pada tingkat yang tinggi.

Sektor yang selama ini dinilai berkinerja sangat buruk di bidang inovasi adalah perbankan dan asuransi. Perusahaan FinTech yang ingin mengganggu kebuntuan saat ini memiliki taruhan yang sangat tinggi dan peraturan yang sulit untuk diikuti. Lingkungan ekonomi makro memungkinkan produk tradisional memberikan keuntungan yang cukup, dan persaingan terjadi pada dasarnya berdasarkan harga dan reputasi, tetapi jarang didasarkan pada inovasi. Bank dan perusahaan asuransi di masa lalu menawarkan layanan dan produk konsultasi. Biasanya hanya produk yang diberi harga, sedangkan konsultasi secara tradisional dilihat sebagai layanan gratis. Suku bunga mendekati nol hari ini dan persyaratan kapitalisasi bank yang meningkat membuat praktik ini lebih menantang dan sangat sulit untuk membuat konsumen berada di jalur bayar untuk layanan.

Latar belakang yang lebih luas di atas memaksa bank untuk semakin mengubah model bisnis mereka dan menemukan atau memperoleh sumber pendapatan baru. Sekarang kita akan melihat lebih dekat

pada dua pengamatan utama di balik bab ini. Literasi keuangan telah lama dilihat sebagai penjamin bahwa pelanggan ritel akan menggunakan layanan dan produk bank, dan tidak akan bergantung pada peluang pendanaan lain (misalnya pinjaman *peer-to-peer*). Selalu ada asumsi dasar bahwa pendidikan, pelatihan, pengetahuan, dan pengalaman manajer hubungan bank memungkinkan mereka untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan lingkungan klien mereka, menemukan produk yang tepat, dan kemudian tersedia pada saat-saat penting dalam hidup. Hal ini dapat diartikan sebagai nasabah ritel sangat tidak memiliki alternatif selain mempercayai penasihat bank mereka.

Namun, hari ini, pelanggan dapat membantu diri mereka sendiri dengan berbagai forum online dan situs web perbandingan. Seringkali, klien memasuki kantor bank cabang dengan print-out yang sudah disiapkan yang merinci berapa banyak yang bisa mereka dapatkan dengan kompetisi. Masih buta huruf menjadi salah satu penyebab kredit bermasalah (NPL). Banyaknya kebangkrutan usaha kecil dan menengah (UKM) disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan. Seperti yang kita lihat dalam laporan tahunan semua bank besar, nilai tukar mata uang yang tidak stabil dan ekonomi yang menantang membuat rasio NPL meningkat di hampir semua pasar.

Contoh Perbankan Online di Austria

Austria adalah negara yang agak konservatif, tidak mengherankan bahwa mayoritas orang di Austria masih lebih suka menggunakan uang tunai dan bank tradisional daripada perbankan digital. Konon, sektor ini secara bertahap tumbuh dengan munculnya bank seluler dan aplikasi perbankan seluler.

Austria relatif berkembang dengan baik dalam hal perbankan, dan statistik perbankan online serupa dengan sebagian besar pasar Eropa Tengah dan Barat. Sebagai contoh, bank terbesar Austria, Raiffeisen Banking Group, memiliki 1,6 juta nasabah perbankan tunggal. Dari 700.000–800.000 kontak harian, bank tersebut telah menangani 25 persen di antaranya yang berasal dari perangkat seluler. Di Uni Eropa, dari 507 juta warga, 85% adalah nasabah bank, 44% di antaranya menggunakan perbankan online. Menurut wawancara penulis dengan perwakilan bank, sekitar 10% dari pengguna online banking adalah “power user” yang secara teratur menggunakan fitur-fitur canggih dan bertindak sebagai pengadopsi awal. Mengambil pengadopsi awal ini sebagai kelompok sasaran inovasi perbankan online, ada 20 juta kelompok sasaran di 28 Negara Anggota UE.

Pemimpin pasar Austria dalam perbankan online dalam masa novasi saat ini adalah ERSTE Group yang baru-baru ini meluncurkan layanan perbankan online baru mereka “George”, dan menggabungkan fungsi bandwidth terbesar. Erste Bank menawarkan semua layanan online dalam bahasa Jerman dan Inggris, yang membuat melakukan perbankan online Anda semudah Anda kembali ke negara asal berbahasa Inggris Anda. Erste Group Bank AG (Erste Group) adalah salah satu penyedia jasa keuangan terbesar di Eropa Tengah dan Timur yang melayani 15,7 juta klien di lebih dari 2.700 cabang di tujuh negara. Selain itu, bank sedang bereksperimen dengan strategi multi-saluran, seperti pembukaan rekening melalui email dan telepon atau nasihat keuangan melalui konferensi video (lihat Tabel di bawah).

Tabel: Fitur perbankan online Bank

Bank	Online account opening	Target saving	Rounding saving	Automatic categorization	Manual categorization	Personal finance manager	Communication channels with bank advisor additional to mail & phone	Additional features
Raiffeisen		X			X	1	Branches	Cash flow forecast for the next month
Bank Austria (UniCredit)	X					2	Branches, online (video call)	Cashback
Rest Bank	X	X	X	X	X	3	Branches	BlueCode transactions, plugin shop
Overbank							Branches	
Volksbank	(x)						Branches	
EasyBank							Mail/phone only	
Santander	(x)						Mail/phone only	
ING DiBa		X				4	Mail/phone only	
Deniz Bank	(x)						Mail/phone only	
Holvi	X				X	4	Mail/phone only	Online shop, invoicing, expense claims
Number 26	X			X	X	4	Mail/phone only	

- (1) Agregasi, gambaran alokasi dan arus kas historis; produk eksternal dapat ditambahkan secara manual
- (2) Agregasi saja
- (3) Visualisasi statistik masa lalu dan bulanan (“Snapshot”)
- (4) Hanya visualisasi arus kas historis

Perkiraan Arus Kas Pelanggan Pribadi

Dengan latar belakang ini, idenya sekarang adalah untuk membuat prakiraan arus kas untuk rekening giro nasabah swasta. Asumsi awal akan dibuat oleh algoritma prediktif dan akan didasarkan pada data transaksi historis yang tersedia di bank. Prediksi dilakukan tanpa interaksi pengguna dan merupakan bagian dari profil perbankan online nasabah. Perkiraan direncanakan untuk disampaikan sebagai “perangkat lunak sebagai layanan” dan untuk diterapkan sebagai produk 'white lable' (produk atau layanan yang diproduksi oleh satu perusahaan yang diganti oleh perusahaan lain agar tampak seolah-olah mereka telah membuatnya. Nama tersebut berasal dari gambar label putih pada kemasan yang dapat diisi dengan trade dres pemasar.

Pengelompokan transaksi adalah inti dari perkiraan tersebut. Setiap cluster dapat dimodelkan secara berbeda dan semua model cluster selanjutnya dapat digabungkan ke perkiraan agregat. Cluster dapat dipilih berdasarkan berbagai parameter, misalnya:

- Mitra/rekanan
- Tanda/inisial (pendapatan atau pengeluaran)
- Kategori (gaji, sewa, makanan, pendidikan, waktu luang, dll.)
- Jenis (POS, kartu kredit, standing order, dll.)
- Geolokasi.

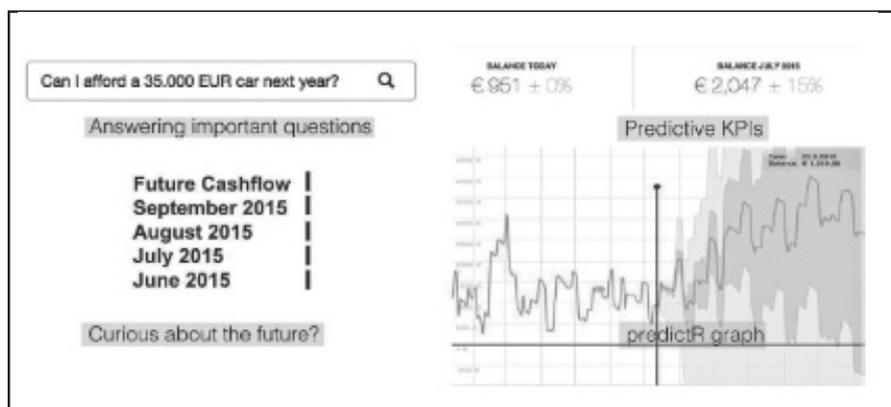
Pengelompokan deret waktu (diperlihatkan pada Gambar berikut) juga dapat didasarkan pada ukuran ketidaksamaan, tetapi data transaksi biasanya memiliki struktur inheren yang cukup agar sesuai dengan parameter yang disebutkan di atas.

Model standar menghasilkan median dan kuantil 0,05 / 0,25 / 0,75 / 0,95. Secara umum, cluster yang bertindak sebagai sampel akan terlalu kecil untuk memberikan kuantitas yang baik dan oleh karena itu sampel kontinu diasumsikan dan interpolasi kuantitatif digunakan. Model lain didasarkan pada cara, bukan me dians dan / atau menghitung perkiraan tertimbang di mana penekanan lebih kuat diberikan pada data yang lebih baru.

Algoritma prediktif diuji selama tujuh tahun pada histori data transaksi. Secara bertahap dua tahun input diproses dan perkiraan 6 bulan yang dihasilkan dibandingkan dengan data sebenarnya. Hasil yang ditunjukkan di atas berasal dari perhitungan model standar (statistik pesanan). Hasil menunjukkan bahwa perkiraan melebih-lebihkan tren negatif atau positif. Ini dapat diperbaiki lebih lanjut dengan menggunakan perkiraan tertimbang. Ketika perkiraan berbobot digunakan, perbedaan antara hasil pengujian balik dan data nyata dapat digunakan untuk menjalankan algoritma optimasi pada bobot yang digunakan. Dengan demikian, bobot dapat menetapkan optimal untuk setiap pengguna tertentu, tetapi menanggung risiko data terbaru dianggap jauh lebih dominan daripada data lama.

Pemikiran tentang Bisnis dan Integrasi

Integrasi ke dalam perbankan online dapat bermacam-macam, seperti yang ditunjukkan oleh struktur harga pada Gambar berikut. Perkiraan arus kas dapat, misalnya, menjadi sumber mesin pencari semantik yang cerdas. Ini juga bisa menjadi bagian dari back-end kalkulator produk dan disebut manajer keuangan swasta (Private Finance Managers /PFM).



Gambar: Contoh *integrasi*
 Sumber: predictR, Vienna

Tabel: Struktur harga

Strategi	Pengguna membayar	Vendor memberikan	Target
Gratis untuk semua	Gratis	API + grafik	Mendapatkan pelanggan baru
Plug-in pihak ketiga	Langganan tahunan	API + grafik	Mendapatkan pelanggan untuk membayar layanan
Freemium	Fitur premium	API + grafik	Mendapatkan pelanggan untuk membayar layanan
Integrasi ke dalam PFM	Langganan tahunan	API	Meningkatkan PFM dengan prediksi

Struktur harga yang ditunjukkan pada Tabel di atas dapat mengikuti model perangkat lunak sebagai layanan biasa:

- Biaya di muka dibayarkan untuk pemasangan sistem. Karena persyaratan perlindungan data, maka perlu diterapkan di pusat data dengan keamanan tinggi atau langsung di lokasi bank. Ada juga kebutuhan untuk kustomisasi yang tinggi.
- Biaya provisi bulanan atau kuartalan dapat ditetapkan cukup rendah dan memastikan perjanjian tingkat layanan dasar dan kontrak infrastruktur. Jika kontrak memungkinkan peningkatan fitur otomatis, biaya ini mungkin harus ditetapkan lebih tinggi.
- Terakhir, harga transaksi menghitung semua permintaan yang dikirim ke server prediksi dan tagihan secara konstan, misalnya setiap seribu permintaan.

Menerapkan Analisis Prediktif untuk UKM

Menurut banyak wawancara dengan eksekutif UKM, akuntan pajak, dan manajer bank / manajer hubungan pelanggan, ada kebutuhan untuk menyediakan analisis prediktif yang memadai bagi UKM. Di satu sisi, ini membantu membuat keputusan yang lebih baik. Kedua, ini juga dapat membantu dalam memerangi buta finansial dan memberikan visualisasi dan pemahaman yang lebih baik kepada pemilik dan manajer tentang ketergantungan dan kepatuhan, dan juga memungkinkan perencanaan skenario yang intuitif .

Angka-angka berikut mungkin menarik untuk diprediksi:

- Arus kas
- Dampak nilai tukar mata uang yang tidak stabil
- Permintaan produk khusus, misalnya jumlah jalur kredit bergulir , instrumen derivatif / lindung nilai untuk produk atau mata uang tertentu.

Menyediakan antarmuka yang andal dapat memungkinkan platform alat prediksi untuk mencari dan menambahkan berbagai sumber data eksternal:

- Data ekonomi makro. Pengguna sistem dapat diminta untuk memberikan data tambahan seperti geolokasi, ukuran (pendapatan, karyawan), sektor, lokasi tipikal, dan sektor vendor dan pelanggan. Data master ini dapat menjadi dasar untuk memasukkan data makroekonomi eksternal yang sesuai ke dalam prakiraan.
- Sistem CRM / ERP / akuntansi / gudang data. Bergantung pada ukuran dan sektor perusahaan, mungkin ada salah satu dari sistem ini yang diterapkan. Datanya dapat digunakan secara langsung sebagai input mentah untuk algoritme prediksi atau - digabungkan atau hasil prediksi - membentuk faktor dalam perencanaan skenario.
- *Additional bank*. Begitu perusahaan mencapai ukuran tertentu, kemungkinan besar ada juga koneksi ke bank lain. Misalnya, mungkin ada kontrak leasing atau pinjaman hipotek di lembaga keuangan lain. Bahkan mungkin ada pinjaman sindikasi atau fasilitas yang lebih besar. Indus mencoba standar dan FinTech seperti FIGO menawarkan untuk menghubungkan bank-bank ini dan mengambil data (transaksi) mereka - bahkan mungkin dalam waktu nyata.

Kerusakan metode semacam itu bisa sangat luas. Ini secara langsung berdampak terhadap konsultan, akuntan pajak, dan karyawan internal. Bagi bank, ketersediaan data semacam itu dapat mengubah harga instrumen pendanaan dan bahkan pada akhirnya menentukan harga risiko.

Kesimpulan

Algoritma prediktif adalah bidang penelitian yang sangat menjanjikan dan menarik. Selain itu, sudah ada buah gantung rendah pertama yang dipanen: model bisnis yang solid dapat dibangun di sekitarnya, seperti yang ditunjukkan oleh contoh arus kas pelanggan swasta.

Kata kunci *“treasury as a service”* merangkum beberapa petunjuk menarik menuju implementasi lebih lanjut. Secara khusus, penggunaan algoritma prediktif dalam kombinasi dengan perbankan online dan data bank - bahkan mungkin dalam kombinasi dengan sumber eksternal - cukup menjanjikan. Pada akhirnya, ini membawa fungsionalitas baru di segmen pelanggan perusahaan mikro.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang harus diatasi. Metode statistik yang kuat dapat menyebarkan hasil yang belum teruji dan model yang salah secara metodologis. Selain itu, bank back-end mungkin belum dapat menyediakan data yang diperlukan dalam waktu yang diminta atau kualitas data mungkin terlalu buruk. Dan pada akhirnya, masih ada risiko pengguna tidak tertarik dengan keluaran algoritme atau tidak dapat mengatasinya.

Peluncuran prakiraan arus kas pelanggan pribadi yang berhasil akan menjadi tonggak pertama dalam perjalanan untuk membuat algoritme prediktif tersedia bagi setiap pelanggan bank.

5.4

Big Data - Landasan Sistem Kepatuhan Peraturan

Banyak lembaga keuangan telah mengadaptasi sistem informasi yang ada untuk mematuhi peraturan pasca-krisis. Sayangnya, batas-batas teknologi warisan mereka berakhir secara dramatis, dan mereka telah gagal memenuhi harapan regulator bahwa volume besar data yang disimpan oleh bank, yang mencakup beberapa tahun, sekarang tersedia dengan cepat, jika tidak secara nyata.

Bab ini menunjukkan bagaimana teknologi big data dapat membuat sistem informasi risiko dan kepatuhan lebih mudah diimplementasikan. Ini juga menggambarkan bagaimana teknologi mengubah kendala menjadi peluang bisnis. Jika bank bersaing dalam konteks ini sebagai pabrik data raksasa, maka teknologi data besar menawarkan kesempatan untuk menghubungkan fungsi dan model operasi yang sebelumnya terpisah. Sistem data besar tunggal sekarang dapat memberikan solusi transaksional, kecerdasan bisnis, dan kepatuhan *all-in-one*.

Banyak persepsi negatif bahwa compliance merupakan kebijakan yang dapat menghambat produktivitas organisasi. Padahal, sasaran dari penerapan *compliance management* adalah untuk mendeteksi adanya tindak hukum pidana, mencegah kesalahan, meminimalkan dampak yang terjadi akibat suatu isu, melakukan tindakan perbaikan agar suatu masalah tidak terjadi kembali, dan mengontrol proses yang dilakukan (Benedik, 2012). Pada dasarnya, *compliance management* membantu organisasi

beroperasi dengan lebih baik dengan adanya temuan-temuan yang dapat menjadi peluang peningkatan bagi organisasi.

Karena teknologi *big data* telah berevolusi secara progresif dari permulaannya di sektor web, ia telah diadaptasi untuk mendukung kebutuhan dan tantangan unik industri keuangan. Bab ini menjelaskan arsitektur dan fitur Scaled Risk, sebuah perusahaan perangkat lunak keuangan, sebagai solusi perangkat lunak, dan menjelaskan mengapa komponen ini merupakan prasyarat untuk implementasi teknologi data besar dalam konteks keuangan. Kami juga menyajikan sekumpulan kecil contoh dunia nyata tentang bagaimana big data dapat digunakan untuk tujuan kepatuhan dan manajemen risiko.

Penerapan Big Data Pada Bank Yang Terlalu Lambat

Kepatuhan (compliance) sudah menjadi suatu keharusan bagi bisnis perbankan. Bahkan, dapat dikatakan sudah menjadi issue global saat ini. Sebuah survei yang dilakukan oleh The Economist Intelligence Unit (sebuah lembaga bisnis dan survei global yang independen, bermarkas di London) terhadap tidak kurang dari 275 pejabat senior perbankan dari berbagai negara mengenai sistem dan proses kepatuhan menyimpulkan bahwa kebutuhan melaksanakan kepatuhan secara efektif pada perusahaan yang bergerak dalam bisnis perbankan saat ini sangat kuat dibandingkan dengan masa-masa yang lalu.

Kebenaran dari hasil survey tersebut cukup mudah untuk dipahami karena bisnis perbankan adalah bisnis kepercayaan (trust). Bagi bisnis perbankan, reputasi menjadi bagian yang sangat penting untuk menjamin peningkatan kinerja secara berkesinambungan. Reputasi suatu bank yang baik dapat terbangun, jika dan hanya jika, Bank tersebut mampu menjalankan peran dan fungsi kepatuhan dengan baik pula.

Sejak awal 2010-an, istilah “big data” telah umum digunakan untuk menggambarkan teknologi generasi baru dan pendekatan baru untuk manajemen data. Teknologi ini telah dibuat oleh pemain utama industri web karena teknologi tradisional tidak mampu beradaptasi dengan jumlah pengguna yang tidak dapat diprediksi, volume data yang tumbuh cepat, dan meningkatnya kebutuhan akan kemampuan pemrosesan. Industri web juga mengharapkan tingkat fleksibilitas dan kelincihan yang lebih tinggi, sehingga tampilan dan nuansa aplikasi dapat berkembang pesat tanpa gangguan sistem. Inovasi “Big data” mendorong kemampuan sistem informasi industri web ke fleksibilitas, kemudahan penggunaan, dan kekuatan terbesarnya. Yang mengherankan, perusahaan, termasuk bank, sebagian besar ketinggalan kereta ini, dengan implikasi yang jelas. Inovasi perusahaan telah berkembang dengan sangat lambat, dibandingkan dengan internet. Pada akhirnya, alat sehari-hari menunjukkan fleksibilitas tinggi dan ramah pengguna, sementara alat bisnis mengalami kesulitan dan proses pembelajaran yang lambat.

Mungkinkah “Internet Big Data” Diterapkan Langsung ke Bank?

Sayangnya, aplikasi langsung tidak mudah : Namun sebagian besar dari industri perangkat lunak berpartisipasi dalam bisnis teknologi big data. Perusahaan ini semakin menyediakan aplikasi perangkat lunak bisnis dengan tingkat fleksibilitas dan ergonomi yang sama dengan yang sudah ada di internet. Ini dimulai pada awal 2010-an dengan kesuksesan nyata dari Salesforce.com, tetapi kemajuannya lambat dan memakan waktu lebih lama daripada yang diperkirakan siapa pun karena faktor berikut :

- Arsitektur big data adalah perubahan drastis dari paradigma — implementasi membutuhkan pengetahuan baru, jika bukan orang baru.
- Kasus penggunaan internet sebagian besar berbeda dari kasus penggunaan perusahaan.
- Tingkat kepercayaan terhadap teknologi yang digunakan oleh dunia internet (seringkali salah) lebih rendah dibandingkan dengan industri lain, terutama industri perbankan.

Sebagian besar bank telah menerapkan teknologi data yang besar dengan hasil variabel, m ainly tergantung pada kasus penggunaan yang teknologi diperlukan. Yang paling dekat dengan dunia internet, dan yang paling mudah diterapkan, adalah:

- Pemasaran
- Kenali Pelanggan Anda (**Know Your Customers**)
- Deteksi penipuan.

Sistem kepatuhan membutuhkan konsistensi data dan akurasi realtime untuk mengatasi persyaratan peraturan terbaru. Teknologi lawas telah mampu mengelola data secara konsisten dan real time selama 30 tahun terakhir – sayangnya dengan batas yang sangat terbatas. Teknologi big data tidak menyediakan konsistensi data real time yang siap pakai, yang bisa menjadi masalah di kemudian hari.

Bagaimana Data Real-time dan Konsisten Dapat Diperoleh dari Teknologi Big Data?

Menggabungkan real-time dan konsistensi data untuk big data merupakan tantangan teknis yang diselesaikan dengan teknologi Risiko Berskala. Teknologi data besar, sebagai proposisi untuk arsitektur baru, bergantung pada komputasi terdistribusi, dengan pendekatan tanpa kunci penuh (yaitu, konsensus terdistribusi tidak diperbolehkan). Paradigma tanpa kunci adalah harga yang harus dibayar untuk mendapatkan skalabilitas sistem yang hampir tidak terbatas, yang berarti:

- Penyimpanan tak terbatas
- Kemampuan pemrosesan tak terbatas
- Kemampuan caching tidak terbatas.

Sinkronisasi waktu di seluruh cluster adalah rahasia untuk memberikan konsistensi data tanpa kunci penuh pada waktunya. Pendekatan ini, yang sebagian besar diinspirasi oleh Google Spanner (<http://research.google.com/archive/spanner.html>), memberikan konsistensi pada tanggal berapa pun, mulai dari 1 detik sebelumnya dari sekarang. Pelembatan dan penundaan ini bahkan dapat dikurangi dengan menggunakan waktu tertentu hardware sinkronisasi.

Standar big data real-time juga perlu ditingkatkan, karena memiliki arti yang berbeda di dunia internet dan industri perbankan. Di mana “interaktif” adalah sinonim dari, “digerakkan oleh peristiwa” untuk langkah awal dan “kemampuan pemberitahuan” adalah yang diharapkan terakhir. Teknologi Risiko Berskala menyematkan inovasi terbaru dari data besar dan resep lama yang telah digunakan sejak awal 90-an untuk umpan data keuangan waktu nyata .

Big Data adalah Teknologi Terbaik dalam Penerapan Sistem Kepatuhan

Menurut definisi, sistem kepatuhan memerlukan pengumpulan data, baik dari sistem internal maupun eksternal:

- Sistem perdagangan
- Data pasar
- Referensial dan CRM
- Data keuangan eksternal
- Berita real-time dan historis
- Data pemerintah (OFAC, FACTA, EMIR, Dodd - Frank)
- Dan banyak lainnya.

Data yang dibutuhkan oleh sistem kepatuhan tidak hanya menjadi semakin besar, tetapi juga menjadi semakin kompleks. Singkatnya, teknologi big data memecahkan dua kelemahan utama dari teknologi lama: kurangnya fleksibilitas dan elastisitas serta skalabilitas.

Kurangnya Fleksibilitas

Berkat elastisitas dan skalabilitas, infrastruktur dapat disesuaikan dengan cepat.

Fleksibilitas

Sistem informasi harus mampu menghadapi perubahan yang cepat akibat regulasi dan tekanan bisnis. Ketangkasan yang diperlukan sangat sulit untuk diterapkan dengan sistem manajemen basis data relasional (RDBM), bahkan untuk satu silo di bank. Sistem kepatuhan, pada dasarnya, memusatkan beberapa aliran informasi dari berbagai standar dan format. Menangani perubahan yang diperlukan, tetapi banyak, dalam sistem sumber adalah misi yang mustahil dengan solusi berbasis RDBM dan Ekstrak, Transformasi, dan Muat (ETL).

Teknologi big data mengusulkan pendekatan yang mengganggu terkait manajemen schema data, karena data dan struktur data terkait disimpan dan dikelola secara terpisah. Pendekatan utama yang digunakan oleh teknologi big data bergantung pada skema data saat dibaca, yang berarti data disajikan dalam format yang dikelola oleh aplikasi. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar, karena skema data dapat diubah dengan lebih mudah. Tetapi ada kekurangan dengan pendekatan ini karena pendekatan ini menawarkan visibilitas yang buruk pada data: semuanya disembunyikan oleh kode. Sejak tahun 2012, Risiko Berskala memperkenalkan pendekatan campuran menggunakan pendekatan "Skema saat dibaca", ditingkatkan dengan:

- Skema data yang diimplementasikan di atas meta-model;
- "Skema saat dibaca" mampu dengan cerdas mengandalkan beberapa versi skema data ini;
- "Skema saat dibaca" juga dapat secara otomatis memicu konversi jenis.

Pendekatan hybrid ini secara drastis mengurangi biaya biasa untuk mengimplementasikan gudang data terpusat, pada tahap inisialisasi, tetapi juga untuk peningkatan di kemudian hari.

Elastisitas dan Skalabilitas

Elastisitas dan skalabilitas adalah gangguan utama yang ditimbulkan oleh teknologi data besar. Mengaktifkan arsitektur terdistribusi tanpa kunci yang nyata memungkinkan aplikasi big data menawarkan layanan tanpa batas:

- Penyimpanan data
- Kemampuan pemrosesan
- Caching (dalam memori).

Menerapkan sistem regulasi membawa banyak ketidakpastian, sangat mirip dengan apa yang terjadi pada industri web:

- Se jauh mana kompleksitas data akan berkembang?
- Seberapa cepat data akan berkembang?
- Apakah akan membutuhkan lebih banyak kekuatan pemrosesan (misalnya penilaian)?
- Apakah perlu lebih cepat (misalnya Dodd - Frank dan Clearing House)?

Menggabungkan Data Internal dan Eksternal

Sistem kepatuhan yang efisien harus dapat menggabungkan data yang telah disimpan bank dalam sistem internalnya, data yang disediakan oleh pihak ketiga, dan data publik (mis. Jejaring sosial, web). Sebagai ilustrasi, berikut adalah sumber data yang diperlukan untuk mendeteksi pencucian uang melalui akuisisi perusahaan :

- Data dari sistem transaksi bank
- Data dari direktori perusahaan eksternal untuk memverifikasi pemegang saham
- OFAC dan daftar serupa
- Hasil pencarian web tentang pemangku kepentingan.

Data besar tidak hanya memungkinkan pengumpulan dan penyimpanan data yang mudah, tetapi juga menyediakan berbagai cara untuk merekonsiliasi data dari format yang berbeda dengan cara yang fleksibel (yaitu tidak jelas). Dalam kasus deteksi pencucian uang, penerapan ini akan:

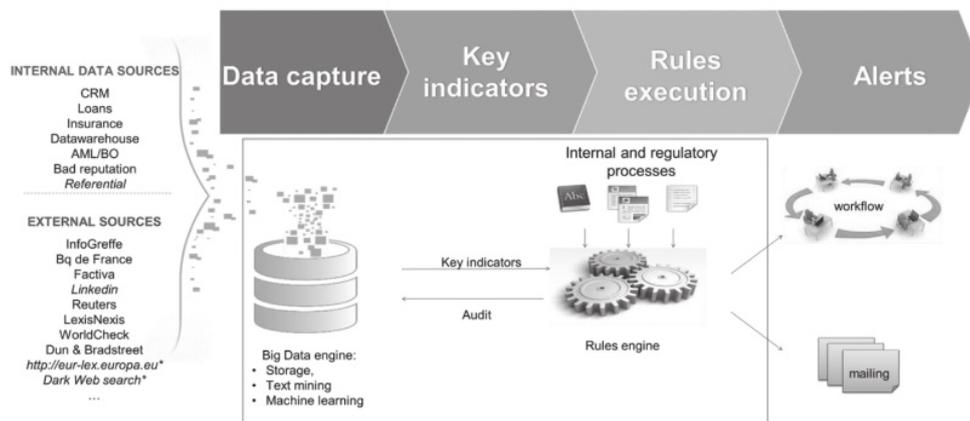
- Mendeteksi bahwa pemegang saham adalah orang yang sama dengan yang disebutkan dalam hasil pencarian web atau daftar OFAC, meskipun nama diterjemahkan secara berbeda dari berbagai bahasa;
- Menghitung skor reputasi dengan menambang teks di web;
- Gunakan pembelajaran mesin untuk deteksi sinyal lemah atau deteksi pola penipuan pada transaksi akun .

Dengan menggabungkan informasi ini, pendekatan big data (seperti yang ditunjukkan pada Gambar berikut) akan memberikan hasil instan tentang kemungkinan pencucian uang. Mirip verifikasi manual membutuhkan beberapa jam kerja dan tidak lengkap atau efisien.

Meningkatkan Pendekatan Tradisional

Data besar mampu mengurangi kompleksitas data dan mendeteksi sinyal lemah dalam kumpulan informasi yang sangat besar. Statistik, penambangan teks, dan pembelajaran mesin memanfaatkan kemampuan yang didistribusikan dari sistem data besar, karena mereka dapat:

- Menyimpan data dalam jumlah besar dan kedalaman riwayat tak terbatas;
- Jalankan algoritma kompleks secara real time;
- Simpan data yang paling sering digunakan dalam cache yang terdistribusi cepat (yaitu dalam memori);
- Menjaga biaya tetap wajar (server kelas menengah digunakan).



Gambar: Pendekatan *data besar* untuk menggabungkan data internal dan eksternal
Sumber: Risiko *Berskala*

Pendekatan ini memberikan hasil yang sangat baik untuk mengekstraksi informasi tersembunyi dalam banyak data, dengan kekurangan menghasilkan hasil yang positif palsu. Di sisi lain, pendekatan tradisional terlalu kaku dan membatasi dan seringkali kehilangan hasil positif yang nyata. Kelemahan lain dari pendekatan kelembutan, dengan mesin aturan bisnis yang didasarkan pada data terstruktur, adalah sulitnya beradaptasi dengan pengaturan terhadap perubahan.

Pendekatan hybrid dari memberi makan mesin aturan dengan di dikator yang disediakan oleh sistem data besar memberikan hasil yang lebih baik. Indikator data besar dengan positif palsu disaring dengan sangat efisien oleh mesin aturan, sementara lebih banyak kasus terdeteksi. Tekanan regulasi sudah pasti melampaui “waktu dan materi”. Tidak dapat menerapkan kontrol kepatuhan yang efisien telah mengakibatkan denda bernilai miliaran dolar.

Audit Semuanya

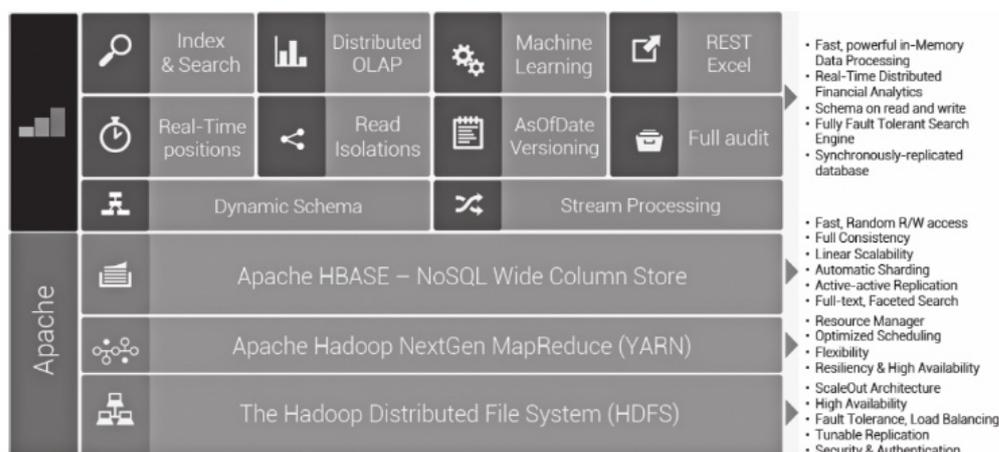
Sayangnya, mengontrol dan melaksanakan kontrol regulasi tidak cukup. Regulasi membutuhkan kemampuan untuk menghasilkan bukti telah benar-benar memicu semua kontrol. Data besar sekali lagi sangat membantu dalam menyimpan hasil, stempel waktu, dan informasi terkait secara lengkap ke dalam satu jejak audit. Jejak audit selalu tersedia, yang berarti bahwa beberapa tahun dapat tetap online. Pengarsipan menjadi lebih mudah karena kapabilitas penyimpanan tidak terbatas: sangat halus dengan kedalaman histori yang tidak terbatas.

Implementasi Proyek yang Berhasil

Berdasarkan pengalaman kami, keberhasilan penerapan sistem kepatuhan data besar membutuhkan serangkaian prasyarat dan praktik terbaik.

Kebutuhan akan Komponen Pendukung

Hadoop, kerangka perangkat lunak sumber terbuka, sebagai teknologi mentah, tidak mandiri untuk mengimplementasikan kasus penggunaan keuangan biasa. Sebuah proyek internal berdasarkan Hadoop akan membutuhkan beberapa bulan kerja jika bukan tahun kerja hanya untuk membangun dan mengintegrasikan satu set komponen teknis menengah. Ini tentu saja fakta paling mengejutkan yang ditemui saat memulai proyek data besar dari awal. Pembelajaran lain: komponen yang tersedia untuk publik belum tentu memenuhi kebutuhan sistem perbankan, terutama terkait dengan konsistensi data dan real time. Artinya, beberapa komponen juga harus dibangun.



Gambar: Kerangka *Hadoop*

Sumber: Risiko *Berskala*

Membangun proyek internal membutuhkan banyak waktu yang dapat dihemat dengan menggunakan platform pihak ketiga yang ada, seperti yang dapat dilihat pada Gambar berikut. Scaled Risk menawarkan kapabilitas finansial yang besar, yang berarti dua tahun waktu untuk memasarkan dengan platform terintegrasi kami:

- Skema data multi-versi yang fleksibel untuk pengumpulan data yang cepat.
- Teknologi yang digerakkan oleh peristiwa waktu nyata di jantung arsitektur.
- Akses data yang instan, mudah, dan konsisten berkat fungsionalitas mesin pencari.
- Kemampuan pelaporan yang konsisten berkat pemrosesan analitik online (OLAP) yang didistribusikan dan real-time .
- Tampilan audit penuh dengan kemampuan tampilan data.
- Komponen visualisasi data.

Menggunakan solusi semacam itu kemungkinan memungkinkan Anda menghabiskan waktu dan uang ekstra untuk benar-benar menerapkan aturan dan kontrol kepatuhan.

Menggunakan Sistem Terbuka

Ini sepenuhnya kompatibel dengan solusi komersial siap pakai. Risiko Berskala tidak memasukkan data Anda ke dalam kotak hitam. Hadoop dan ekosistem Open Source memberi perusahaan besar perangkat lunak yang kuat (R, Spark, Hive, dll.) Yang sepenuhnya kompatibel dengan sistem ini. Sistem terbuka juga tentang kemampuan untuk memperluas aturan modifikasi dan sumber data. Teknologi yang digunakan untuk melakukan ini harus standar dan terbuka sehingga Anda dapat dengan mudah menemukan sumber daya ahli di pasar kerja.

Pelaksanaan end-to-end project

Teknologi big data masih baru bagi perusahaan dan bank, sehingga fokusnya terlalu sering pada teknologi itu sendiri. Menurut kami, ini adalah kesalahan yang mutlak harus dihindari. Perangkat lunak keuangan dalam industri berubah dengan cepat dengan beberapa pendatang baru yang mampu memberikan layanan keuangan dan data besar pada saat yang bersamaan. Mereka adalah penyedia terbaik untuk memberikan sistem kepatuhan generasi baru.

5.5

Solusi FinTech dalam Pengoptimalan Kontrak yang Kompleks

Dalam dunia yang semakin diatur dan kompetitif, lembaga keuangan berkewajiban untuk sepenuhnya memahami kontrak kompleks yang ada dengan klien mereka. Kegagalan untuk melakukannya berisiko bencana seperti yang disaksikan oleh nasib Lehman Brothers dan AIG. Jika krisis keuangan mengajarkan kita sesuatu, itu adalah pemahaman yang sangat buruk tentang petak-petak kontrak yang dibuat. Perusahaan terjebak dalam pusaran kepanikan, tidak dapat menemukan dokumen, apalagi mengidentifikasi informasi penting apa yang terkandung di dalamnya.

Regulator secara global dikejutkan oleh keadaan ini. Mereka memberlakukan beberapa persyaratan pada perusahaan keuangan untuk memiliki manajemen yang lebih baik atas data kontrak hukum mereka. Misalnya, pada 6 Maret 2015, Otoritas Perbankan Eropa (EBA) menerbitkan makalah konsultasi yang berisi draf standar peraturan tentang kumpulan informasi minimum tentang kontrak keuangan yang harus dimuat dalam catatan terperinci yang dikelola oleh perusahaan keuangan, mengikatnya dengan persyaratan di bawah Petunjuk Pemulihan dan Penyelesaian Bank (dalam bahasa sehari-hari dikenal sebagai persyaratan "hasrat hidup" untuk lembaga keuangan yang penting secara sistemik).

Tentu saja, tuntutan regulasi ini bukannya tidak masuk akal – kontrak hukum merupakan perwujudan dari bagaimana instrumen keuangan memanifestasikan dirinya, melalui berbagai syarat, ketentuan, dan kewajiban kontraktual yang dilakukan oleh masing-masing pihak dalam kontrak keuangan. Stabilitas dan kelancaran sistem keuangan bergantung pada manajemen yang memuaskan dari persyaratan kontrak ini. Namun, kenyataan selama tiga dekade terakhir adalah banyak tim hukum dan dokumentasi gagal mengikuti lini bisnis yang berkembang pesat yang mereka dukung. Ironisnya, hal ini sangat kontras dengan lini bisnis ini yang dengan sepenuh hati merangkul inovasi teknologi untuk ditingkatkan, sementara tim hukum dan dokumentasi belum mengambil kesempatan untuk memberdayakan diri mereka dengan cara yang sama dengan alat, sistem, dan utilitas yang tersedia untuk membantu mereka mengelola pertumbuhan.

Ini adalah cerminan yang menyedihkan dari keadaan industri keuangan saat ini, bahwa *stick of regulation* sangat banyak mengalahkan metode '*carrot equity*' (ekuitas wortel - mengacu pada insentif non-tunai bagi manajer di sebuah perusahaan, umumnya startup, untuk mencapai tujuan atau tonggak pencapaian mereka di tempat kerja) yang signifikan dari optimalisasi bisnis. Namun, 'regulasi itu sangat besar dan kuat saat ini, memmanifestasikan dirinya dalam denda yang sangat berat dan sanksi yang dijatuhkan pada lembaga, banyak di antaranya berasal dari kegagalan untuk melacak dan mengelola kewajiban kontrak, dan sebagai akibat dari sikap arogansi dan kegagalan "pola pikir. Meskipun demikian, regulasi tersebut telah terbukti efektif dalam memaksa penggunaan FinTech untuk membantu keadaan ini dengan menciptakan sistem dan proses untuk menyimpan dan mengelola dokumentasi dan data hukum. Ini adalah tugas yang akan jauh lebih rumit dan memakan waktu jika proses yang benar telah dilakukan sejak awal, yaitu jika tim dokumentasi telah mengajukan dan menyimpan kontrak, dan melacak persyaratan kunci yang dinegosiasikan dalam kontrak mereka. Namun, memperbaikinya setelah beberapa dekade diabaikan, memerlukan pendekatan yang berbeda karena banyaknya kontrak warisan yang relevan. Di sinilah tepatnya teknologi saat ini menjadi miliknya.

Fenomena big data adalah tentang melihat dan memahami hubungan dalam data tidak terstruktur dan terstruktur yang hingga saat ini sulit kami pahami. Big data beroperasi melalui kumpulan data yang komprehensif dan kekacauan, bukan data dan akurasi yang kecil. Orang dapat berargumen bahwa tantangan tersebut bahkan tidak cukup besar untuk benar-benar menjadi data yang besar, tetapi tentu saja cukup besar untuk memaksa tim hukum menjadi lebih nyaman dengan ketidakteraturan dan ketidakpastian, mengambil peran sebagai data scientist untuk menemukan asosiasi dalam data, dan bertindak berdasarkan itu, daripada pukuk yang tepat melalui setiap kata dari setiap kontrak.

Tantangan awal terletak pada memastikan bahwa teknologi dapat digunakan untuk membantu. Dokumen hard copy yang dijilid dan disimpan dengan aman di lemari besi akan selalu membutuhkan upaya manual untuk mendapatkan dan membacanya. Oleh karena itu, kontrak legal sekarang sedang didigitalkan dan disimpan dalam bentuk elektronik oleh perusahaan keuangan, menggunakan pengenalan karakter optik (*OCR-optical character recognition*) dan teknologi terkait lainnya, seperti ICR (*intelligent character recognition* - pengenalan karakter cerdas) dan IWR (*intelligent word recognition* - pengenalan kata cerdas), untuk menangani beberapa masalah dengan tulisan tangan daripada diketik dalam bentuk teks. Ini bahkan diterapkan ke bidang-bidang seperti kontrak lisan antara pedagang, dengan penggunaan perangkat lunak pengenalan suara untuk mengidentifikasi istilah kunci dari kontrak yang disepakati secara lisan dan memastikan ini cocok dengan konfirmasi perdagangan yang dihasilkan oleh perusahaan keuangan setelahnya untuk menghindari perdagangan perselisihan.

Fase digitalisasi bukannya tanpa tantangan, seperti penggunaan tabel yang tidak jelas dalam dokumen. Namun, ini sangat disederhanakan melalui dokumentasi hukum yang disusun dengan mengandalkan dokumen preseden dan kosakata kontrak yang didefinisikan secara ketat. Bahkan penerapan beberapa algoritma klasifikasi dasar pada dokumen elektronik sangat membantu. Dokumen tersebut sekarang, pasca-digitalisasi, dapat dicari, dan departemen hukum sudah diberdayakan melalui kemampuan untuk menemukan dokumen yang diperlukan, sebuah tugas yang sulit tanpa alasan selain klasifikasi yang buruk dan pengarsipan dokumen pada saat dokumen tersebut dibuat. eksekusi. Selanjutnya, melalui beberapa manajemen dasar pengidentifikasi dan pemetaan ke sumber data lain seperti risiko dan sistem data statis klien, ukuran masalah dapat dikurangi secara bijaksana menjadi yang jauh lebih mudah dikelola, dengan menghubungkan dokumen ke eksposur perdagangan yang mendasarinya berlaku untuk mereka, dan berfokus pada di mana risiko sebenarnya berada.

Menemukan kontrak hanyalah awal dari pertempuran. Sementara pengacara mungkin masih skeptis terhadap gagasan pencarian gaya Google yang memberikan nilai setara dengan pelatihan dan keahlian bertahun-tahun, mungkin ada paralel yang dapat ditarik dengan momen-momen seperti kesuksesan Deep Blue, komputer bermain catur. dikembangkan oleh IBM – kecerdasan buatan pertama yang memenangkan permainan catur dan pertandingan catur melawan juara dunia yang berkuasa di bawah kontrol waktu reguler, dan baru-baru ini, IBM Watson, ketika bersaing dengan dan mengalahkan di Jeopardy! mantan pemenang Brad Rutter dan Ken Jennings.

Otomatisasi tugas dan proses dalam pernyataan “jika A, maka B” yang sangat prosedural adalah model komputasi lama, di mana setiap langkah dan skenario ditentukan sebelumnya oleh pemrogram, menawarkan sedikit bantuan dalam mengotomatiskan tugas membaca kontrak hukum, memahami sifatnya, dan memperoleh data kunci dan intelijen darinya. Pendekatan FinTech adalah penerapan model komputasi baru, menerapkan kemampuan interpretatif yang belajar dari data dan bimbingan manusia, beradaptasi seiring waktu saat pengetahuan baru diperoleh.

Sejumlah teknik digunakan untuk menghasilkan efek yang baik, antara lain:

Korelasi: pada intinya, ini mengukur hubungan statistik antara nilai data. Hal ini memungkinkan persyaratan data kontrak hukum utama untuk dipenuhi, tidak dengan memahami cara kerja yang rumit, tetapi hanya dengan mengidentifikasi proxy yang berguna untuknya, termasuk yang multidimensi dan nonlinier. Tidak perlu untuk mengidentifikasi nuansa yang tepat dari klien aset dan uang ketentuan, seperti yang diterapkan dalam kontrak, melalui klien syarat dan kondisi, dokumentasi rumit stack, dan Wegener aplikasi al dari kebanyakan menimpa aturan dan regulasi. Tentu saja, bahkan korelasi yang kuat pun tidak pernah sempurna, dan orang bisa saja tertipu oleh keacakan. Namun, itulah semakin penting peran pembimbing pengacara - untuk menghindari masalah seperti itu. Korelasi yang dilakukan mengarahkan pengguna ke area prioritas tinggi dan berisiko tinggi dalam portofolio dokumentasi lama.

Validasi: nilai data tidak dapat dilihat secara terpisah. Kontrak hukum dan hukum serta peraturan yang mendasari memberlakukan batasan alami pada data. Dengan memetakannya dan menerapkannya, tidak hanya memungkinkan untuk mempersempit proses pencarian dan ekstraksi data, tetapi ini juga dapat menyoroti beberapa area dengan perhatian yang sangat tinggi. Ini adalah pemeriksaan yang kemungkinan besar akan dideteksi oleh tinjauan manusia karena sifat pemeriksaan yang melelahkan dan berulang, seperti memastikan bahwa masing-masing pihak memiliki hak kepemilikan kembali yang ditentukan dalam dokumen (lebih dari, seperti yang terlihat di nomor dokumen, ambang batas diulang dua kali ke pihak yang sama karena kesalahan melalui salinan sederhana dan tempel bahasa oleh dr setelah, lupa untuk kemudian mengubah referensi penting pihak kontrak).

Umpan balik yang positif: semakin banyak, melalui penggunaan analitik text dan teknik ekstraksi data, data kontrak hukum terstruktur yang lebih terperinci dan terperinci dapat disediakan untuk konsumen hilir. Ada terefore lebih besar visibilitas nuansa kewajiban kontrak yang terkandung dengan di kontrak hukum. Melalui penggunaan data ini, di bidang-bidang seperti optimisasi agunan dan penyesuaian penilaian kredit / pendanaan (CVA / FVA), setiap ketidakakuratan dalam data segera diketahui dan dapat diperbaiki melalui penggunaan alur kerja. Umpan balik positif untuk membersihkan keakuratan data hukum juga memaksa tim hukum untuk mempertimbangkan legalisasi melalui lensa data. Pada akhirnya, jika tidak terjadi perselisihan dengan rekanan, ini adalah dampak dari dokumen hukum

yang dimasukkan oleh perusahaan keuangan. Dengan sendirinya, ini mengubah pemahaman yang sebenarnya tentang instrumen keuangan.

Infrastruktur juga memungkinkan tidak hanya pemahaman yang lebih baik tentang posisi saat ini dan eksposur risiko lembaga melalui pemahaman persyaratan kontrak khusus yang berlaku di seluruh portofolio dokumen seseorang, tetapi juga memungkinkan optimalisasi dan peningkatan berkelanjutan. Penerapan FinTech tidak perlu diakhiri dengan analisis dan kontrol atas portofolio dokumen warisan. Sebaliknya, lembaga sekarang melihat proses saat ini dalam menempatkan dokumentasi, menggunakan pembuatan dokumen dan alat perakitan untuk mendorong standardisasi dalam kasus di mana bahasa yang berbeda dan khusus tidak melakukan apa pun selain memperumit persyaratan peraturan dan kepatuhan yang berlaku. Hal ini juga memungkinkan, melalui aliran kerja dan analisis bagaimana jika istilah pada titik negosiasi dengan klien, untuk benar-benar memahami risiko dan dampak keuangan, memungkinkan pengoptimalan yang sebenarnya di sepanjang jalan.

Perjalanan FinTech diatur untuk mengubah peran pengacara, memberdayakan dan menempatkan mereka pada posisi yang benar-benar memberi nasihat dan menjadi bagian dari bisnis, menghilangkan bagian yang lebih administratif dari peran tersebut, dan menggantikan mereka dengan pengambilan keputusan penasihat yang tulus.

5.6

Biometrik Perilaku - Era Baru Keamanan

Dunia di sekitar kita sedang berubah – dalam bisnis dan kehidupan pribadi kita, kita bergerak, terhubung, dan berinteraksi secara teratur dengan orang-orang dari seluruh dunia. Kami memiliki berbagai perangkat elektronik di saku, di meja, dan di rumah kita yang berarti tidak berpikir untuk mengambil apa pun yang paling dekat untuk mengirim dana dari satu negara ke negara lain, membeli barang secara online dari orang yang belum pernah kami temui, dan mengelola keuangan pribadi kita. Harus cepat, harus sekarang juga, dan harus nyaman.

Kode dan kunci tidak selamanya mampu untuk melindungi aset digital, dan kami secara rutin diminta untuk memercayai orang dan sistem tanpa dapat bertemu langsung untuk memverifikasi identitas mereka. Banyaknya informasi dan interaksi online ini telah memberikan peluang besar bagi para peretas jahat, yang berupaya membobol identitas dan kredensial yang salah. Laporan terbaru dari lembaga pencegahan penipuan Cifas menunjukkan tren ini dalam tindakan, melaporkan bahwa jumlah korban pencurian identitas meningkat sebesar 31% menjadi 32.058 dalam tiga bulan pertama tahun 2015, dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2014.

Sektor jasa keuangan yang sangat diatur - rumah bagi arus besar informasi keuangan sensitif dan pemegang kartu pada malam kedua hari - berada di bawah pengawasan yang sangat cermat terhadap lanskap-lanskap baru ini. Tidak hanya itu, bank sedang berjuang melawan laju perubahan dan inovasi yang luar biasa yang didorong oleh kemajuan teknologi, persyaratan regulasi, dan ekspektasi pelanggan. Ledakan kepemilikan perangkat seluler dan pengenalan pembayaran seluler berikutnya hanyalah salah satu contoh di mana bank umum dipaksa untuk mengadopsi tingkat kelincuhan yang belum pernah dilihat sebelumnya untuk bereaksi - dan mengamankan - saluran dan model bisnis baru.

Tindakan Penyeimbangan yang Kompleks

Saat bank berusaha menyeimbangkan semua segitiga penting privasi, kenyamanan, dan keamanan, mereka harus mengubah cara berpikir mereka tentang keamanan. Karena hampir setiap teknik otentikasi dapat dikompromikan, mereka tidak dapat lagi hanya mengandalkan kontrol tunggal untuk mengotorisasi aktivitas berisiko tinggi. Anda tidak perlu melihat terlalu jauh ke belakang di berita utama untuk melihat bukti pergerakan menuju pendekatan berlapis untuk keamanan - menggabungkan berbagai teknologi otentikasi yang tersedia untuk meningkatkan akurasi deteksi penipuan dan pengalaman pengguna. Perangkat teknologi tambahan, seperti card reader s untuk verifikasi, telah banyak mengimplementasikan ed sebagai sarana untuk memperkuat proses verifikasi dengan otentikasi dua faktor. Namun, ini memberikan titik sakit bagi pelanggan - perangkat keras lain untuk dibawa-bawa, dan penghalang tambahan untuk masuk untuk mengakses layanan.

Biometrik telah berperan sebagai solusi potensial untuk masalah ini. Dari perspektif teknologi, proses verifikasi orang menurut karakteristik fisiknya telah berkembang sejak munculnya sistem komputer di paruh kedua abad ke-20. Tentu saja, konsep "biometrik" meluas jauh ke belakang - orang telah mengidentifikasi satu sama lain dengan cara ini sejak permulaan waktu. Meskipun demikian, biometrik sebagai konsep teknologi baru-baru ini dibawa ke dalam hati nurani konsumen, sebagian berkat raksasa seperti Apple yang menggunakan pemindaian sidik jari untuk masuk ke perangkat.

Biometrik Perilaku

Biometrik perilaku (*Behavioural Biometrics*) adalah teknologi yang kurang dikenal, sering diabaikan dalam berita utama, yang bergerak melampaui fokus biometrik statis yang digunakan pada atribut fisik kita (seperti pemindaian sidik jari atau iris), menjadi lebih berfokus pada perilaku pengguna. Ini memperhitungkan detail akun seperti cara seseorang berinteraksi dengan perangkat, kekuatan yang mereka gunakan untuk menekan tombol, sudut yang mereka gunakan untuk menggesek layar sentuh, atau ritme pengetikan mereka. Teknologi ini berada di latar belakang aplikasi atau perangkat, dan sepenuhnya transparan bagi pengguna, sesuai dengan keinginan untuk pengalaman autentikasi yang efisien dan tanpa hambatan.

Algoritme pembelajaran mesin membangun gambaran unik tentang pengguna – bukan apa yang mereka lakukan, tetapi bagaimana mereka melakukannya – untuk memungkinkan identifikasi anomali yang mungkin mengindikasikan penipuan, berdasarkan pola perilaku pengguna sebelumnya. Yang penting, proses verifikasi ini berkelanjutan, sepanjang sesi, untuk memastikan bahwa pengguna adalah seperti yang mereka katakan selama seluruh interaksi dengan perangkat, bukan hanya di titik masuk. Biometrik perilaku sangat cocok untuk seluler, berkat aliran data kaya yang berkelanjutan yang dapat kami kumpulkan melalui berbagai sensor pada ponsel cerdas, yang tidak tersedia dengan penggunaan web tradisional. Dengan mempertimbangkan smartphone, teknologi ini sangat cocok untuk mengautentikasi pembayaran seluler.

Keamanan dan Kegunaan

Biometrik perilaku membantu menjadikan autentikasi sebagai bagian dari pengalaman end-to-end - yaitu, produk sampingan alami dari apa yang pengguna coba capai, daripada menyebutnya sebagai langkah spesifik. Pengguna akan merangkul otentikasi yang lebih kuat jika tidak sulit untuk digunakan

dan - terutama di perangkat seluler - tidak melibatkan pertukaran masuk dan keluar aplikasi saat bergerak untuk menemukan kode akses satu kali.

Tren menuju mobile banking berarti bahwa waktu yang dibutuhkan oleh persyaratan keamanan pada awal setiap sesi sangat relevan. Orang-orang semakin sering masuk ke rekening bank mereka, untuk cek saldo cepat, atau untuk melakukan pembayaran. Penyedia layanan tidak mampu untuk 30 detik dari transaksi 60 detik untuk diambil dengan otentikasi. Pengguna akan bosan, dan akan melanjutkan. Pengecer online sedang berjuang melawan sifat pengguna yang serupa, menghadapi peningkatan jumlah keranjang belanja yang ditinggalkan yang merusak pendapatan mereka, dan reputasi mereka. Meskipun ada sejumlah alasan pembeli internet mungkin meninggalkan keranjang mereka, proses checkout yang kikuk atau bertele-tele, atau ketidakmampuan pengguna untuk mengingat kata sandi keamanan mereka, sering disebut sebagai penyebab utama.

Saat ini adalah duniadi mana pembelian dapat dilakukan dengan “sekali klik”, yang dipelopori oleh pengecer internet besar seperti Amazon dan Apple, yang berkontribusi untuk mendorong ekspektasi pelanggan yang lebih besar dalam hal perbankan. Jika kita menerima satu jenis pengalaman di satu bidang kehidupan online kita, kita segera mempengaruhinya di bidang lain. Akan ada hubungan yang lebih langsung antara pengalaman ini sekarang karena kita melihat semakin kaburnya garis mengenai apa yang merupakan bank atau penyedia pembayaran, dengan inovator seperti Apple, PayPal, dan Google sekarang bersaing di ruang ini. Perusahaan-perusahaan ini, yang unggul dalam pengalaman pengguna yang luar biasa dan telah membangun merek mereka di atas kekuatan ini, sekarang memaksa bank untuk menjadi lebih berpusat pada pelanggan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih sedikit gesekan yang diminta pelanggan mereka.

Pragmatisme dan Persepsi

Pembicaraan tentang kegunaan benar kembali ke kebutuhan akan keamanan pragmatis. Pengguna harus dihadapkan pada penghalang keamanan yang sesuai dengan tingkat risiko yang melekat pada apa pun yang mereka coba lakukan. Tidak seorang pun harus dihadapkan pada keamanan tingkat Fort Knox saat kunci sepeda akan lebih tepat. Ini mengambil giliran lain ketika kami mempertimbangkan bahwa penyedia media sosial seperti Facebook telah menetapkan pandangan mereka pada ruang pembayaran. Pengguna buku wajah kemungkinan besar tidak memiliki kata sandi yang kuat untuk masuk - untuk mengunggah foto liburan dan memposting pembaruan status baru, mereka tidak perlu melakukannya. Namun, dengan identitas sosial yang semakin sering digunakan sebagai titik masuk untuk layanan lain - opsi “masuk dengan Facebook” - kami perlu memastikan bahwa orang-orang diarahkan ke jalur otentikasi yang lebih kuat, begitu ada risiko yang lebih tinggi.

Faktor lain yang menarik untuk diingat adalah pentingnya persepsi pengguna tentang keamanan. Meskipun penyedia layanan umumnya mengupayakan pengalaman pengguna yang mulus, ada beberapa contoh di mana kami sebaiknya menginterupsi konsumen. Kami mungkin tidak senang dengan hambatan untuk mengakses beberapa layanan, tetapi kami diyakinkan secara psikologis bahwa sistemnya aman. Dan perjuangan untuk memenuhi permintaan konsumen terus berlanjut. Kami adalah karakter yang rumit dan terkadang tuntutan kami bertentangan satu sama lain. Terserah ahli keamanan untuk memahami hal ini dan menavigasi keseimbangan rumit antara keamanan dan kegunaan, tergantung pada konteks prosesnya.

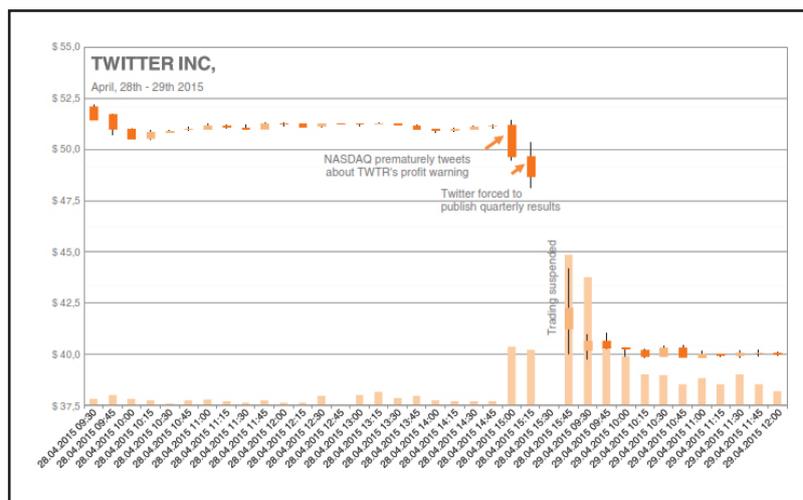
Keamanan sendiri tidak akan pernah menjadi faktor pendorong yang mendorong nasabah untuk memilih satu bank daripada bank lainnya. Seharusnya ther efore tidak dilihat sebagai titik persaingan, namun fundamental dasar menjalankan layanan handal dan looki ng setelah pelanggan. Ukuran pasar yang lebih kecil berarti bahwa bank - bank di Nordik telah mampu mengambil sikap berwawasan ke depan terhadap penipuan, mengumpulkan sumber daya mereka untuk mengambil pendekatan kolaboratif terhadap penipuan. Meskipun ukuran pasar yang lebih besar berarti hal ini mungkin sulit untuk ditiru di tempat lain, mungkin ada pelajaran yang dapat dipetik dari penolakan untuk bersaing dalam keamanan ini.

Teknologi dan inovasi yang mengganggu demi inovasi mungkin menarik bagi komunitas kecil pengadopsi awal, tetapi bagi bank, ini tentang menggunakan teknologi yang sesuai dengan model bisnisnya, tanpa menyebabkan gangguan yang tidak perlu - baik untuk operasi bisnis atau pengalaman pengguna. Laporan Perbankan Ritel PWC 2020 memprediksi bahwa dalam waktu empat tahun “bank akan mengatur dirinya sendiri di sekitar pelanggan, bukan produk atau saluran”. Keamanan yang kuat dan tidak mengganggu, yang menyeimbangkan keamanan yang ketat dengan gangguan minimum, akan sangat penting karena mereka berupaya memberikan pengalaman dan layanan pelanggan yang mulus di semua saluran.

5.7

Strategi Perdagangan Dalam Analisis Teks Yang Sangat Cepat

Oh, ironi yang pahit. 28 April 2015 adalah hari yang kelam bagi Twitter - seperlima dari nilai pemegang sahamnya musnah dalam hitungan menit karena tweet, yang diterbitkan di layanannya sendiri, “#BREAKING: Twitter \$ TW TR Q1 Pendapatan meleset dari perkiraan, \$ 436 juta vs \$ 456,52 juta diharapkan”. Tweet tersebut berisi hasil yang mengecewakan, di bawah apa yang dianggap sebagai ekspektasi pendapatan yang rendah hati. Pedagang segera mulai menjual, volume meroket, dan harga turun. Hal ini mengakibatkan perdagangan terhenti, hanya diikuti oleh anjloknya harga saham. Jutaan nilai pemegang saham hancur dalam hitungan menit, seperti yang ditunjukkan pada Gambar berikut.



Gambar: Harga saham Twitter dipengaruhi oleh berita Sumber: econob

Contoh ini menunjukkan dampak berita yang mengesankan terhadap harga saham, secara langsung dan drastis. Dan media sosial bahkan bisa lebih relevan dalam hal kesegeraan dampaknya.

Perusahaan yang terdaftar diwajibkan untuk mempublikasikan hasil keuangan mereka setiap tiga bulan. Angka-angka ini memberi investor dan pelanggan gambaran umum tentang kinerja perusahaan. Kalender bisnis mengalokasikan tanggal publikasi sehingga diketahui sebelumnya. Namun, perusahaan terikat untuk mempublikasikan setiap peristiwa yang mempengaruhi harga saham mereka pada waktu tertentu melalui RIS (Layanan Informasi Regulasi) sebelum informasi tersebut dipublikasikan di tempat lain.

Sepintas, hasil baik atau buruk, ekspektasi, dan harga saham memiliki korelasi yang jelas, sehingga dampaknya dapat dengan mudah dijelaskan. Namun, terkadang ekspektasi tidak terlalu jauh, atau kerugian sudah diantisipasi, sehingga struktur harga tidak selalu dapat ditentukan secara langsung. Pasar jauh lebih kompleks daripada yang diasumsikan pada pandangan pertama, dan volatilitas memberikan risiko dan peluang.

Berita di luar pengumuman hasil belaka jauh lebih menantang. Ambil contoh situasi Juni 2015 di Yunani. Berjuang dan terbelah antara harapan dan ketakutan gelap, situasi pasar sangat tidak konsisten dengan berita dan tweet yang kontradiktif. Yunani telah dibicarakan secara besar-besaran pada tahun 2015 - ketakutan dan harapan telah diungkapkan dalam berita utama, berita, laporan, dan tweet. Di Twitter, jumlah kicauan tentang Yunani sangat tinggi, mulai dari ratusan hingga ribuan kicauan per menit, sering kali mengungkapkan pendapat yang kuat. Berita dan tweet yang optimis dan penuh harapan bergantian dengan pandangan yang sangat negatif – semua tersandung dari menit ke menit dan secara besar-besaran mempengaruhi saham.

Dampak dari Real-time

Berita jauh lebih umum daripada pengumuman yang hanya menyertakan angka. Ini berisi analisis dan laporan, pandangan dan skenario bagaimana jika, bukan angka konkret. Ini memberikan kontribusi yang sangat besar pada pergerakan pasar, sikap keseluruhan terhadap perusahaan, negara, dan cabang. Penting untuk dikatakan bahwa tidak setiap berita memiliki potensi untuk mengubah pasar. Tapi cerita semacam itu memang ada dan memiliki potensi simpanan yang sangat besar. Dan kemudian, hanya beberapa detik sampai pasar bereaksi.

Profit warning yang meleset atau melebihi target dapat berdampak besar dan langsung pada harga saham. Jika berita tersebut tiba selama jam perdagangan, kekacauan dapat terjadi: seperti yang terlihat di atas, satu tweet cukup untuk memusnahkan seperlima dari nilai pemegang saham Twitter. Namun, kita harus menambahkan bahwa fundamental yang lemah dan ekspektasi negatif memperkuat efeknya.

Meskipun tidak berlaku untuk Twitter, di mana efek negatifnya bertahan selama berbulan-bulan, gejala yang dipicu oleh berita sering kali mereda setelah hanya beberapa menit. Riak berkurang dan efeknya agak berumur pendek. Yang paling penting bagi para pedagang, pengalaman menunjukkan bahwa penyesuaian besar terhadap informasi yang dirilis (dan jendela untuk keuntungan perdagangan) berlangsung sekitar 40 detik. Ini berarti pedagang memiliki waktu kurang dari satu menit untuk membaca berita, membandingkan angka dengan ekspektasi mereka, memutuskan apakah akan membeli, dan memicu tindakan perdagangan yang sesuai (dan benar). Dan masih finis kedua, atau ketiga.

Triangle Impact Berita di Pasar Indeks Saham

Ada tiga pemain utama di bidang berita perdagangan dunia khususnya pasar indeks saham. Pertama, kantor berita ternama seperti Dow Jones, Thomson Reuters, dan Bloomberg mendistribusikan ribuan berita per hari, yang diteliti secara menyeluruh. Lalu ada saluran media sosial yang agak baru, bereaksi lebih cepat, tetapi kurang diteliti dengan baik, lebih emosional dan emosional, tetapi bertindak berdasarkan ribuan opini yang mungkin atau mungkin tidak mencerminkan sentimen pasar. Dan terakhir, ada bursa saham dan layanan regulasi yang menargetkan stabilisasi pasar. Ini berarti bahwa publikasi hasil kuartalan kemungkinan besar akan ditangani di luar jam perdagangan saham untuk menghindari volatilitas yang tinggi.

Dasar-dasar Analisis Teks Otomatis

Saat mengekstrak informasi dari teks tertentu, banyak masalah muncul. Menemukan kata, kalimat, angka, entitas bernama, konsep bersama, dan ide sambil mempertahankan konteks, baik secara semantik dan gramatikal, merupakan topik utama dalam linguistik. Namun, semua pendekatan ini masih jauh dari dapat dilaksanakan secara real time. Saat menganalisis teks keuangan, perspektif keuangan dan ekonomi memerlukan analisis terfokus yang dapat dilakukan dalam milidetik. Dengan demikian, perangkat lunak apa pun yang berharap dapat mendukung pedagang harus meningkatkan analisis dan mengurangi waktu eksekusi.

Identifikasi Entitas, Wordings, dan Indikator

Pertama, entitas dan konsep yang disebutkan seperti perusahaan, perusahaan, dan orang, seperti CEO dan pemimpin politik, perlu dikategorikan. Kedua, identifikasi nomor harus tepat; dan karena format dan representasi angka yang berbeda sangat penting, setiap otomatisasi harus mampu menangani format alfanumerik yang berbeda dan menerjemahkannya ke dalam nilai konkret. Dalam konteks keuangan, hanya konsep yang diminati oleh pedagang yang perlu ditemukan untuk menghindari informasi yang berlebihan.

Sebuah aplikasi yang benar-benar mendukung seorang pedagang harus menawarkan kemungkinan untuk memilih konsep yang menarik dan memungkinkan mereka untuk mengkonfigurasi apa yang mereka ingin bereaksi.

Konfigurasi, pemilihan, dan minat serta pengalaman pribadi adalah penting. Di sini, perbedaan antara kata dan frase dan indikator sangat penting. Meskipun susunan kata terdiri dari frasa seperti "permintaan rendah dan, penurunan penjualan, perkiraan pengurangan", yang menjelaskan situasi atau peristiwa ekonomi apa yang dapat terjadi, hasil dan angka keuangan lebih rumit. Indikator selalu direferensikan dengan angka, dan seringkali dengan jangka waktu yang terhubung dengannya. Pembaca dengan mudah membedakan angka 2015 dan 2016; perangkat lunak perlu diajarkan untuk meningkatkan bilangan murni dengan waktu atau informasi satuan.

Mengingat pesan teks singkat pada Gambar yang berikut ini, banyak informasi yang disajikan secara tidak terstruktur. Merah / abu-abu tua sebuah notasi menyoroti perusahaan yang akan ditemukan dalam teks, anotasi hijau / abu-abu sedang menunjukkan indikator, dan hijau muda / abu-abu terang menyoroti nomor yang ditemukan dalam teks. Sekarang sampai pada langkah paling kritis: berbagai

indikator, susunan kata, periode waktu, orang, atau perusahaan ini terhubung dan saling terkait dalam konteksnya. Jadi, kami menemukan bahwa dalam contoh ini, pendapatan IBM turun menjadi \$ 22,4 miliar pada kuartal ketiga. Pedagang dapat menggunakan informasi yang tepat ini untuk menjual saham jika harapan mereka tidak terpenuhi, atau membelinya.



Gambar: Teks *beranotasi*
Sumber: ATRAP

Dengan software ATRAP, aplikasi berita perdagangan dunia - Anda dapat melakukan perdagangan berita real time sehingga yang mampu melakukan analisis tekstual ini dan memiliki potensi besar untuk mengonfigurasi perdagangan setelah teks tidak terstruktur dianalisis. Tepatnya, seorang trader mengonfigurasi bahwa mereka menjual saham IBM mereka jika ekspektasi mereka sebesar \$ 25 miliar tidak terpenuhi, dan membeli saham, jika memang demikian.

Setiap kali berita tiba, ATRAP memeriksa fakta dan jika kondisi ini terpenuhi (dengan cara apa pun), secara otomatis memesan di pasar. Gambar berikut menunjukkan screenshot ATRAP dengan perdagangan yang sukses. Kinerja analisis memungkinkan ATRAP untuk menempatkan pesanan lebih dulu dari yang lain, dan sebelum penghentian perdagangan dapat terjadi. ATRAP mendukung pengguna dengan beberapa fungsi untuk menyoroti bagian yang relevan dan menavigasi konten berita dengan cepat dan efisien. Setiap pengguna dapat menentukan daftar pantauan item unik dan mengonfigurasi kondisi perdagangan tak terbatas dan tindakan perdagangan secara individual

Kata-kata lebih mudah dideteksi - baik sudah dikirim sebelumnya dalam bentuk teks atau tidak. Namun, seringkali dampaknya terhadap harga saham lebih sulit untuk diperkirakan. Tetapi dengan risiko yang lebih tinggi datang peluang keuntungan yang lebih tinggi. Pada beberapa kesempatan, ATRAP telah menunjukkan kemampuannya dan telah menjadi salah satu perdagangan pertama di seluruh dunia setelah sebuah peristiwa terjadi.

Peristiwa dan Keputusan Investasi

Identifikasi peringkat analis dalam teks seperti "Credit Suisse menaikkan Daimler dari TAHAN menjadi BELI" (HOLD to BUY) dapat dilakukan dengan analisis otomatis. Credit Suisse adalah lembaga pemeringkat, Daimler perusahaan yang diperingkat, dan acara pemeringkatan "dinaikkan dari menyimpan/menahan dulu menjadi membeli" menunjukkan perkembangan positif. Menggunakan ini di sektor investasi swasta di mana tidak ada umpan data struktural yang tersedia bisa menjadi menarik.

Karena identifikasi peristiwa pemeringkatan dimungkinkan – bagaimana dengan pengidentifikasian peristiwa yang lebih umum? Peristiwa politik, peristiwa bisnis seperti merger perusahaan, CEO yang mengundurkan diri, atau bahkan bencana alam – orang dapat mempelajari semua ini. Dengan menggunakan informasi ini, pedagang dapat segera diperingatkan, atau diberitahu jika suatu peristiwa terjadi atau menimbulkan risiko tinggi terhadap investasi mereka.

Sentimen dan Pertambangan Opini

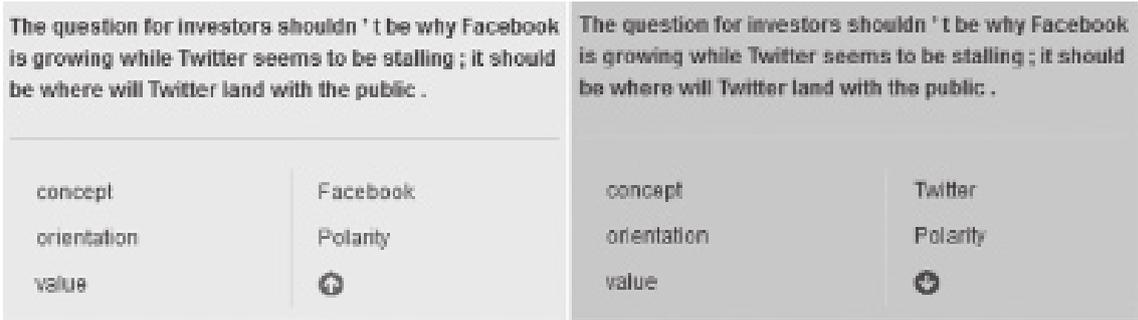
Berita emosional, atau polarisasi usia liputan media sosial dapat berdampak besar pada persepsi perusahaan atau aset, baik secara positif maupun negatif. Perspektif emosional ini, “nyali” dari mood pasar, sering diekspresikan dalam analisis, laporan pasar dan, semakin meningkat, pada saluran media sosial. Evaluasi suasana pasar berbasis berita dan Twitter harus mencerminkan tweet, laporan, dan analisis terbaru agar dapat digunakan. Liputan media yang berulang tentang suatu topik lebih cenderung berdampak daripada satu item berita dan kredibilitas penulis atau sumber berita juga berperan. Penilaian otomatis sentimen dalam text (penambangan opini berbasis linguistik dan analisis sentimen) membutuhkan pengetahuan keuangan ahli dan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana opini yang berbeda disampaikan pada platform media yang berbeda - Twitter memiliki kosa kata yang berbeda, setiap bahasa dan bahkan setiap domain memiliki beragam pola dan frasa yang digunakan untuk mengungkapkan pendapat.

Identifikasi konsep dan entitas seperti analis, perusahaan, atau negara dalam teks telah dibahas sebelumnya, menjelaskan bagaimana konsep dapat diidentifikasi. Pola linguistik yang mengekspresikan sentimen positif atau negatif kemudian dapat diberikan ke perusahaan yang teridentifikasi. Contoh pada Gambar berikut memungkinkan dua penilaian berbeda (prospek tumbuh / terhenti) untuk ditugaskan ke stok yang sesuai.

The screenshot displays the ATRAP trading application interface. The top section shows a list of news items for Cisco Systems (CSCO) with columns for Date, Time, and Content. The middle section shows a summary table for CSCO stock with columns for Symbol, Price, and Volume. The bottom section shows a list of orders with columns for Symbol, Price, and Volume.

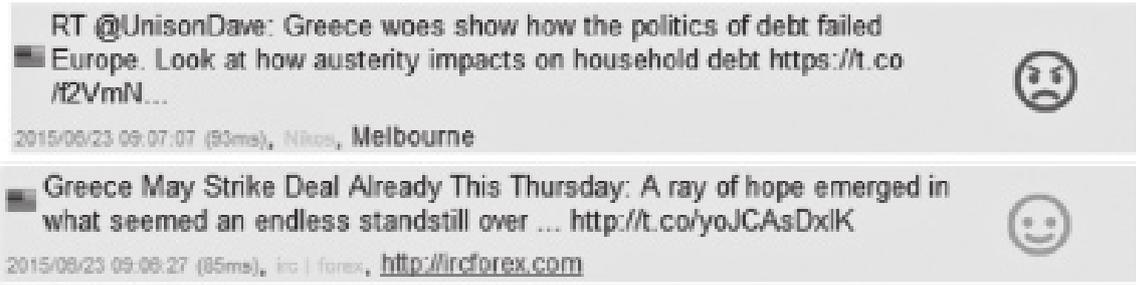
Symbol	Price	Volume
CSCO	22.84	2,000
CSCO	23.80	1,000
CSCO	23.08	1,000
CSCO	23.58	2,000
CSCO	23.82	1,000

Gambar: Tangkapan layar ATRAP - perdagangan yang sukses setelah ekstraksi informasi
Sumber: ATRAP



Gambar: Contoh *analisis sentimen*
 Sumber: lingrep.com

Item Twitter dideskripsikan sebagai “tampaknya terhenti”, sementara Facebook ditampilkan sebagai “tumbuh” - menghasilkan penilaian negatif untuk yang pertama dan penilaian positif untuk yang terakhir. Penugasan khusus dari setiap penilaian ke item yang benar sangat penting bagi mesin logistik ekonomi dan penting untuk analisis lebih lanjut. Satu set opinio berbeda ns mengenai satu konsep dapat dikumpulkan, menghasilkan satu penilaian tunggal untuk sebuah perusahaan dalam satu potong teks. Analisis teks yang lebih pendek membantu mendapatkan gambaran umum, terutama jika ada banyak informasi yang disajikan. Lihat misalnya tweet tentang Yunani pada Gambar berikut.



Gambar: Penilaian *tweet Yunani*
 Sumber: twiction.lingrep.com

Harapan dan pandangan positif dinilai "baik" sementara penghematan, utang, dan kegagalan dikonotasikan secara negatif; mereka menghasilkan evaluasi tweet yang "sangat buruk". Dengan demikian, evaluasi otomatis terhadap ribuan tweet dan item berita memungkinkan evaluasi sentimen pasar yang sangat cepat, tidak memihak, dan ekstensif, yang terbaru dan tidak tersedia satu minggu kemudian. Namun, aspek yang paling penting adalah bahwa hasil ini transparan, dapat dipahami, dan dapat diulang.

Aplikasi untuk Analisis Pesan Teks Otomatis

Mengekstrak informasi dari teks alami dan tidak terstruktur, kompilasi peristiwa yang dijelaskan, dan deteksi sentimen atau penilaian adalah kemampuan menarik yang memiliki implikasi besar untuk alur kerja (tidak perlu membaca ribuan teks) dan berbagai aplikasi. Aplikasi untuk pengurangan dan identifikasi informasi adalah yang pertama dan paling utama memanfaatkan informasi yang diberikan secepat mungkin - saat memperdagangkan berita. Tapi ini bukan satu-satunya aplikasi yang bisa dibayangkan. Berasal informasi dapat disimpan dalam informasi berita basis data. Basis pengetahuan

yang begitu besar kemudian dapat menghubungkan item berita, peristiwa, hasil, dan angka (semuanya diperkaya dengan informasi temporal).

Sentimen tidak mempengaruhi harga saham seperti peristiwa dan berita iklan, karena pasar saham lebih bergantung pada volume, dan penilaian suasana hati berbasis kerumunan pada topik tertentu, sehingga penerapannya pada dasarnya berbeda. Sentimen pertama dan terpenting dapat melayani dua tujuan di pasar keuangan (selain dari aplikasi keuangan, sentimen sangat penting bagi jurnalis, pemasar, dan petugas hubungan masyarakat). Pertama, peringatan dapat diberikan jika mood pasar sedang berubah. Kedua, sentimen dapat berfungsi sebagai filter untuk topik hangat, perusahaan, atau cabang yang sedang berkembang.

Teknologi Inovatif di Pasar Keuangan

Di Eropa, perdagangan berbasis berita masih dalam tahap awal. Pedagang jarang dihadapkan pada kemungkinan dan kebutuhan perdagangan berita; sebaliknya, perdagangan masih tetap berdasarkan pada fundamental atau model tradisional yang kokoh. Investor dan pedagang yang mengetahui kemungkinan baru yang disajikan oleh perdagangan berita sering kali sudah menggunakan teknologi terbaru dan memasukkannya ke dalam proses internal. Namun, lembaga keuangan terkadang tidak dapat menyesuaikan proses internal untuk memasukkan perdagangan berbasis berita, dengan pertanyaan anggaran yang terbukti menjadi masalah kritis dan sensitif.

Potensi analisis teks otomatis dalam perdagangan berita sangat besar. Meskipun alur kerja harus disesuaikan dan dengan demikian menanggung risiko yang melekat, ini adalah tantangan berikutnya yang perlu diambil dalam teknologi keuangan. Tenaga ekstra sangat dibutuhkan oleh perusahaan FinTech. Mitra industri yang potensial adalah penting dan alur kerja perlu disesuaikan.

Tetapi tidak ada alternatif untuk inovasi ketika seseorang bertujuan untuk sukses.

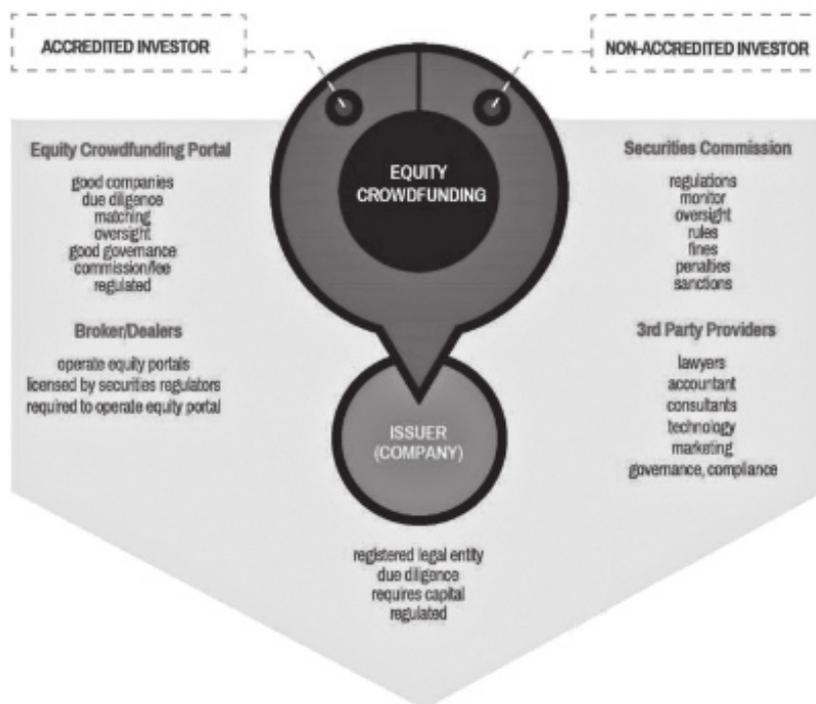


Ekosistem Crowdfunding

Crowdfunding adalah tempat portal online digunakan untuk menjual sekuritas (saham atau instrumen utang) di perusahaan kepada sekumpulan investor. Regulator sekuritas mengatur urun dana yang diatur, dan mereka menentukan perilaku antara penerbit (perusahaan), investor, dan pialang / dealer yang diperlukan untuk mengoperasikan portal urun dana yang diatur.

Penting bagi semua peserta dalam ekosistem crowdfunding yang diatur untuk memahami cara kerjanya dan peran mereka dalam ekosistem tersebut. Ekosistem membutuhkan infrastruktur untuk sepenuhnya terintegrasi dan mulus, memberikan manfaat kepatuhan dan transparansi sehubungan dengan persyaratan peraturan. Kerjasama timbal balik antara semua peserta ekosistem akan membantunya menjadi efektif, efisien, dan sukses.

Gambar berikut menunjukkan peserta ekosistem dan beberapa tanggung jawab mereka.



Gambar: Peserta dan tanggung jawab ekosistem crowdfunding
Sumber: Koreconex

Tujuan dari ekosistem ini adalah untuk membantu masalah r dan investor berkumpul dengan cara yang paling efisien melalui portal crowdfunding yang diatur. Di bawah ini adalah rincian lebih lanjut tentang masing-masing peserta yang perlu bekerja sama dalam skala global.

Komisi Sekuritas diberi mandat oleh pemerintah masing-masing untuk menegakkan dan mengelola undang-undang sekuritas dan mengatur industri sekuritas di yurisdiksi mereka. Dalam layanan crowdfancing, Komisi mengatur investor dan emiten mana yang dapat berpartisipasi, bagaimana operator portal melakukan bisnis, dan melaporkan kembali ke Komisi Sekuritas. Tujuan utamanya adalah untuk melindungi investor dan memastikan pasar yang lurus ke depan dan patuh. Contoh bagus dari regulasi semacam itu adalah Jobs Act Title II, Title III, dan Title IV di Amerika Serikat. Komisi Sekuritas dan Exchange (SEC) AS dengan jelas menguraikan semua aturan dan regulasi yang terkait dengan crowdfunding di AS. Jobs Act memberikan kejelasan bagi emiten (perusahaan), investor, penyedia pihak ketiga, dan portal tentang cara mengoperasikan, mengelola, melakukan, dan melaporkan.

Dengan memberikan kejelasan ini, AS telah berkembang pesat dengan penerapan Undang-Undang Pekerjaan (Jobs Atcs). Pada tanggal 23 September 2013 Tittle II ditayangkan dan \$118 miliar diajukan ke SEC bagi mereka yang berniat untuk meningkatkan modal hingga November 2014. Yang lebih luar biasa adalah bahwa lebih dari \$30 miliar dari apa yang diajukan telah dikumpulkan. Ini jelas menunjukkan bahwa ekosistem bekerja dan semakin baik. Pada tanggal 30 Oktober 2015, SEC memberikan suara 3-1 untuk mengizinkan Tittle III untuk ditayangkan. Berpedoman pada Tittle ini, investor yang tidak terakreditasi dapat menginvestasikan minimal \$2.000 hingga maksimum 10% dari pendapatan atau aset mereka di perusahaan yang mengumpulkan dana hingga \$1 juta. Ini berarti bahwa sekarang ada

potensi 233,7 juta investor baru di AS, naik dari 8,5 juta, dan perusahaan yang melakukan penggalangan dana ini dapat memiliki 500 pemegang saham baru untuk dikelola.

Salah satu alasan utama mengapa *regulated crowdfunding* menjadi fenomena global adalah pemasaran yang telah dilakukan oleh AS, SEC, dan penggagas Undang-Undang Ketenagakerjaan untuk mengadvokasi nilai bagi investor, penerbit, dan pemerintah yang ditekan untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan arus modal.

Investor terakreditasi adalah investor yang dianggap oleh Komisi Sekuritas sebagai individu dengan kekayaan bersih tinggi yang tidak akan terkena dampak bencana secara finansial jika investasi di perusahaan yang mencari dana melalui crowdfunding yang diatur gagal. Para investor ini dianggap canggih dan mampu membuat penilaian yang tepat tentang investasi mereka. Biasanya, di negara mana pun di dunia, 3-5% populasi akan dianggap sebagai investor terakreditasi. Apa yang mengejutkan banyak orang di pasar global adalah bahwa hanya sebagian kecil dari investor terakreditasi yang mendapatkan kesempatan untuk melihat dan berinvestasi dalam pembiayaan penempatan pribadi.

John Kaiser, seorang peneliti di pasar swasta di Amerika Utara, melakukan laporan penelitian yang berfokus pada investor dalam penempatan pribadi di Kanada. Mr Kaiser menunjukkan dalam laporannya bahwa dalam 10 tahun terakhir di Kanada, dalam penempatan pribadi yang tersedia untuk investor terakreditasi, hanya 1% dari mereka yang memenuhi syarat diberi kesempatan untuk berinvestasi.

Investor yang tidak terakreditasi adalah "kita semua", sisa populasi negara yang tidak memenuhi persyaratan untuk terdaftar sebagai investor terakreditasi, dan telah menuntut akses ke peluang investasi tahap awal. Di sebagian besar negara, jenis investor ini harus berusia legal (biasanya 18 tahun) dan akan diberikan batasan jumlah yang dapat mereka investasikan di satu emiten (perusahaan) tertentu. Regulator telah melakukan ini untuk melindungi investor yang tidak canggih. Regulator dapat mengurangi pembatasan ini dari waktu ke waktu, untuk memungkinkan investor yang tidak terakreditasi untuk berinvestasi lebih banyak, tetapi ekosistem harus terlebih dahulu menunjukkan kemajuan positif dan dampak yang dibuat oleh crowdfunding.

Contoh negara yang sangat progresif dalam mengizinkan investor non-akreditasi untuk berinvestasi di perusahaan melalui portal crowdfunding yang diatur adalah:

- Kanada, memberikan kesempatan kepada investor yang berusia di atas 18 tahun untuk berinvestasi di perusahaan swasta atau publik melalui pengecualian yang disebut "memorandum penawaran". Ini memberi penerbit swasta akses ke lebih dari 28 juta warga Kanada.
- Negara lain seperti Inggris, Belanda, Selandia Baru, Italia, Thailand, Spanyol, Prancis, Jerman, dan lainnya juga telah membuat aturan selama 12 bulan terakhir untuk mengizinkan investor yang tidak terakreditasi untuk berinvestasi dalam penempatan pribadi.

Sekarang Title III telah diberikan persetujuan akhir di AS, crowdfunding ekuitas akan menjadi benar-benar demokratis. Sebagai merek utama, AS telah memberikan contoh, dan seluruh dunia pemerataan ekuitas pasti akan mengikutinya. Portal crowdfunding yang diatur menyatukan emiten dan investor. Kedengarannya sederhana, tetapi untuk mengoperasikan portal crowdfunding teregulasi di sebagian besar negara di dunia, Anda harus menjadi broker / dealer terdaftar. Alasan persyaratan ini adalah untuk memastikan bahwa emiten diperiksa dengan benar untuk melindungi pasar dan investor.

Portal memiliki tanggung jawab peraturan untuk melakukan uji tuntas pada setiap penerbit untuk memastikannya memenuhi semua persyaratan peraturan di yurisdiksi tempat portal yang diatur tersebut beroperasi. Portal juga dapat memilih untuk menambahkan langkah-langkah uji tuntas lebih lanjut dan menuntut informasi tambahan untuk lebih meningkatkan proses penyaringan mereka. Portal juga diminta (tergantung pada pengecualian yang digunakan dalam penempatan pribadi) untuk melakukan akreditasi investasi, anti-pencucian uang, dan dalam beberapa kasus pemeriksaan kesesuaian, untuk memastikan investasi yang tepat bagi investor. Portal harus terdaftar pada Komisi Sekuritas dan sering kali diperlukan kursus sekuritas dan kepatuhan untuk memenuhi persyaratan peraturan. Terdapat portal yang menyediakan peluang investasi bagi investor terakreditasi dan non-akreditasi. Portal dapat memilih sektor atau sektor mana mereka ingin beroperasi. Dalam periode waktu yang sangat singkat, pasar menunjukkan bahwa investor tertarik untuk mengatur portal yang beroperasi di vertikal tertentu. Hari ini Anda dapat menemukan portal teregulasi di: pengeboran minyak dan gas, real estat, teknologi, ganja, restoran, waralaba, ilmu sains kehidupan, dan aplikasi seluler, dan yang lain.

Portal crowdfunding teregulasi yang paling sukses secara global memiliki karakteristik yang sangat mirip: mereka beroperasi sepenuhnya secara transparan, dan mereka telah mendedikasikan individu untuk pertumbuhan sektor yang baru muncul ini. Seluruh pasar global berhutang kemunculan crowdfunding teregulasi ke "ASSOB", portal crowdfunding teregulasi pertama di dunia, beroperasi selama 12 tahun tanpa penipuan, dan telah membantu perusahaan di Australia mengumpulkan lebih dari \$ 150 juta. Kisah sukses ASSOB telah menjadi contoh cara kerja crowdfunding teregulasi dan manfaatnya bagi investor, penerbit, dan negara.

Bagian yang paling mengejutkan dari crowdfunding ekuitas adalah bahwa sektor industri real estat telah memimpin dengan tingkat investasi tertinggi. Real estat telah mengambil alih aliran crowdfunding resmi atau dengan badai dengan para pemimpin global seperti Prodigy Networks, RealtyMogul, dan FundRise menjadi pusat perhatian. Ini baru permulaan, dan sektor industri lainnya, seperti pertambangan, migas, biotech, ilmu hayati, dan teknologi, baru mulai bermunculan. Apa yang kita lihat di seluruh dunia saat ini adalah portal crowdfunding resmi membangun kepercayaan dengan investor online. Kuncinya adalah fokus pada transparansi di mana ekosistem beroperasi. Tanpa transparansi ini, crowdfunding resmi akan gagal.

Penerbit menukar saham atau instrumen utang, yang dianggap sekuritas berdasarkan peraturan saat ini, dengan uang investor. Bagi emiten, crowdfunding resmi adalah cawan suci dalam meningkatkan modal, karena memungkinkan mereka untuk bersentuhan langsung dengan investor mereka. Crowdfunding menghadirkan eksposur yang besar ke komunitas baru, dan itu dapat membantu putaran pembiayaan di masa depan. Perusahaan swasta di Amerika Serikat, Israel, dan Inggris Raya telah menggunakan model crowdfunding teregulasi ini dengan banyak keberhasilan. Namun, salah satu tanggung jawab terbesar yang dimiliki emiten dalam ekosistem crowdfunding resmi adalah persyaratan transparansi. Mereka harus terbuka untuk memberikan informasi di setiap tahap kampanye sebuah crowdfunding: pra-transaksi, selama transaksi, dan pasca-transaksi untuk membuat investor, regulator, dan operator portal senang.

Penyedia pihak ketiga juga sangat penting dalam ekosistem. Diumpamakan sebuah sasis mobil. Anda dapat memiliki mesin, bahan bakar, dan ban terbaik tetapi tanpa sasis tidak akan kemana-mana. Ya, itu penting. Mereka penting sebagai kelompok internal pertama untuk membantu Anda memulai.

Dalam crowdfunding teregulasi, Anda membutuhkan pengacara dan akuntan, seperti yang Anda lakukan di sebagian besar putaran pembiayaan, untuk memastikan Anda memenuhi persyaratan peraturan. Anda mungkin diminta untuk memiliki laporan keuangan yang diaudit dan, kemungkinan besar, memiliki beberapa bentuk dokumen penawaran. Anda membutuhkan mereka untuk memastikan bahwa apa yang akan dikeluarkan di pasar memenuhi ketentuan peraturan, dan untuk mempertahankan kewajiban hukum yang berlaku.

Para peserta di latar belakang memberikan teknologi dan layanan ke seluruh ekosistem untuk memfasilitasi proses transaksi crowdfunding yang diatur sebelumnya. Para peserta ini dapat termasuk penyedia layanan pra-kerumunan, perusahaan produksi video, jaringan investor, media sosial dan profesional pemasaran, dan banyak lainnya. Ekosistem crowdfunding yang diatur dimungkinkan hari ini karena empat pilar utama berikut :

1. Teknologi
2. Internet
3. Media sosial
4. Pemerintah progresif.

Sifat pasar ini dan cara berbisnis dapat berubah dengan cepat dan pemerintah bertanggung jawab untuk meletakkan fondasi yang tepat di mana bisnis dan orang dapat tumbuh dan menjalankan bisnis mereka. Kemajuan teknologi dan media sosial memungkinkan kami menyampaikan pesan kepada miliaran orang di seluruh dunia dalam hitungan detik. Cara kita berkomunikasi, berkolaborasi, dan berinvestasi telah berubah selamanya.

Crowdfunding teregulasi menggunakan empat pilar dan menyatukan semua peserta untuk bekerja sama secara kohesif. Bagi siapa pun, di mana pun di dunia, yang terlibat dalam crowdfunding yang diatur, ini adalah saat-saat yang sangat menyenangkan.

5.9

Pengiriman Dan Pembayaran Valas Dengan Biaya Rendah

Perubahan paradigma besar sedang terjadi di dunia keuangan. Secara khusus, kami siap untuk melihat pertumbuhan eksplosif dalam ruang perbankan seluler yang tidak akan mungkin terjadi sebelumnya dalam sejarah. Saat ini, ada 2 miliar orang dewasa yang kurang terlayani dalam hal layanan keuangan tradisional. Pasangkan dengan 1,93 miliar konsumen ponsel cerdas yang sudah terhubung, dan ini menjadi jelas: pergerakan menuju perbankan seluler tidak bisa dihindari. Peristiwa kehidupan nyata menunjukkan bagaimana pertumbuhan mobile banking berpotensi memberikan dampak positif bagi kehidupan yang tak terhitung jumlahnya.

Pertimbangkan sebuah desa terpencil yang kurang terlayani di Meksiko, di mana setiap bulan seorang warga kota ditugaskan untuk mengemudi beberapa jam ke kantor transfer uang terdekat, untuk mengambil dana yang dikirim oleh kerabat di Negara Bagian. Setelah mengeluarkan uang untuk bahan bakar, biaya transaksi, dan pengeluaran lainnya, duta besar kami kembali ke rumah dengan membawa sebagian kecil dari jumlah yang dikirim semula. Sekarang pertimbangkan transaksi yang sama yang

dilakukan melalui aplikasi ponsel cerdas, tanpa harus bepergian, dengan biaya yang jauh lebih rendah daripada yang terkait dengan bank batu bata dan mortir tradisional. Metodologi ini tidak hanya sangat mungkin, tetapi juga tidak dapat dihindari! Memang, cara yang berkembang dalam melakukan sesuatu bisa menjadi “normal baru”. Anda hanya perlu melihat lanskap teknologi melalui lensa generasi yang lebih muda untuk mengapresiasinya atas kenyataan yang akan terjadi.

Digital Natives dan Digital Immigrants

Dalam perjalanan menuju penggunaan teknologi canggih, jelas tidak ada jalan untuk mundur. Namun bagi konsumen milenial dan usia muda, tulisan itu selalu menempel di dinding. Sederhananya: penggunaan teknologi internet dan gadget elektronik adalah semua yang mereka ketahui. Dalam esai tahun 2001, penulis Marc Prensky menciptakan istilah "digital natives" dan "digital immigrants" untuk menggambarkan perbedaan generasi dalam penggunaan digital. Pada dasarnya, kehidupan imigran digital telah melewati era pra-digital dan digital, sedangkan digital native hanya mengenal yang terakhir.

Dan tidak diragukan lagi kelompok mana yang akan memiliki pengaruh ekonomi yang lebih besar pada perbankan - dan semua sektor lainnya, dalam hal ini - karena mereka tumbuh untuk menempati persentase basis konsumen yang lebih besar.

Perbedaan “pribumi” versus “imigran” sebagian besar adalah tentang perspektif. Seorang imigran yang menggunakan situs web perbankan ritel untuk membayar uang cenderung secara sadar memperhatikan: “Saya membayar tagihan secara online daripada mengunjungi dedak”, sementara penduduk asli tidak memiliki kesadaran itu. Bagi mereka, cabang tidak pernah menjadi faktor dalam kehidupan mereka. Karena fenomena ini, bank ritel harus menyesuaikan cara mereka menjalankan bisnis, dengan meningkatkan migrasi mereka dari platform fisik ke solusi elektronik. Kegagalan untuk melakukannya dapat menyebabkan kepunahan langsung. Agar adil, sebagian besar bank mengetahui hal ini, dan lambat tapi pasti merangkul format distribusi elektronik. Tapi mereka membuat komponen tambahan sistem pengiriman elektronik, ketika mereka harus menjadikannya fokus utama mereka, kedua setelah operasi batu bata dan mortir mereka. Ini adalah seperti pepatah "*tail wagging the dog*" - situasi di mana orang yang penting atau berkuasa, organisasi, dll., dikendalikan oleh seseorang atau sesuatu yang kurang penting atau berkuasa.

Salah satu cara untuk memperbaiki hal ini adalah dengan memberikan pelanggan pilihan untuk bank selama ponsel aplikasi ponsel, yang harus sebagai fundamen tal untuk model perbankan ritel seperti ATM berada di tahun 1970-an, call center berada di tahun 1980-an, dan saluran internet yang pada 1990-an dan awal 2000-an. Terserah setiap bank untuk sepenuhnya menghormati perubahan yang akan datang - dan kemungkinan untung dengan melakukannya.

Kekuatan Remitansi

Potensi aspek sosial dari transaksi aplikasi ponsel bisa sangat mencengangkan, terutama dalam hal pengiriman uang global. Didefinisikan sebagai “transfer uang oleh pekerja asing ke individu di negara asalnya”, pengiriman uang saat ini berjumlah lebih dari \$583 miliar per tahun. Pada 2013, di AS saja, lebih dari 41 juta orang dapat diidentifikasi sebagai migran internasional. Selain itu, menurut Bank Dunia, pada tahun 2012, Meksiko menerima \$ 23 miliar pengiriman uang dari AS - sekitar 50% dari total arus

keluar, diikuti oleh China (\$ 13 miliar), India (\$ 11,9 miliar), dan Filipina (\$ 10,6 miliar). Apa yang bisa dipetik dari fenomena ini? Jelaslah, keinginan untuk membalas adalah dorongan universal.

Ekonom Dilip Ratha menggambarkan janji remitansi sebagai “dolar yang dibungkus dengan cinta”, karena uang yang dikirim menawarkan potensi yang tak terhitung untuk pembangunan ekonomi dan perubahan sosial. “Pengiriman uang memberdayakan orang,” kata Ratha. “Kami harus melakukan semua yang kami bisa untuk membuat pengiriman uang lebih aman dan lebih murah. Itu bisa dilakukan dan saya ingin membantu orang-orang keluar dari lingkaran kemiskinan.”

Tetapi sementara sebagian besar dana yang dikirim ke rumah digunakan untuk membantu anggota keluarga dengan tagihan bulanan rutin, motivasi filantropi belakangan ini menempati peran yang lebih besar dalam ruang pengiriman uang. Kami menyaksikan sebuah poros, di mana tidak lagi hanya angkatan kerja migran yang mengirimkan uang kepada keluarganya untuk rezeki. Ekspatriat sekarang mengirimkan pengiriman uang filantropi sebagai cara membantu negara asal mereka pada saat dibutuhkan. Gempa Nepal 2015 menewaskan lebih dari 9.000 orang dan melukai lebih dari 23.000 orang. Ini meratakan seluruh desa, menyebabkan ratusan ribu orang kehilangan tempat tinggal. Setelah tragedi itu terjadi, sejumlah besar uang mengalir ke negara itu dari diaspora Nepal. Orang-orang yang berbelas kasih sangat ingin membantu rekan senegarannya dengan upaya penyelamatan dan pembangunan kembali – tindakan kolektif niat baik yang benar-benar membuat perbedaan. Bagaimanapun, Nepal adalah salah satu negara termiskin di Asia, dengan sedikit kemampuan untuk mendanai upaya rekonstruksi besar sendiri.

Mengenang agak jauh ke masa lalu, tsunami Indonesia tahun 2004 menewaskan sedikitnya 230.000 orang di 14 negara, termasuk India, Sri Lanka, Thailand, Maladewa, dan Somalia. Jika digabungkan, gempa bumi di Nepal dan tsunami Indonesia menginspirasi sekitar US \$ 14 miliar dalam bentuk bantuan pengiriman uang, yang disalurkan melalui dua organisasi pertolongan di seluruh dunia. Pengiriman uang filantropis adalah hal yang sangat bagus. Mereka berkontribusi pada arus masuk modal suatu negara secara keseluruhan, yang pada akhirnya menurunkan biaya pinjaman negara itu pada saat-saat sulit. Tetapi mengirim uang bisa mahal. Baik penerima adalah individu, keluarga, atau organisasi bantuan, pengirim dibebani dengan biaya transaksi besar yang sama, yang dapat menelan biaya rata-rata 7,72% dari jumlah total yang dikirim. Dan biaya ini dapat bertambah dengan cepat. Pada tahun 2014, biaya dari pengiriman uang sebesar \$ 4 85 miliar yang dikirim ke seluruh dunia melebihi total dana yang diterima Meksiko dalam pengiriman uang secara keseluruhan.

Menempatkan beban biaya transfer dalam teks yang lebih tajam, menurut laporan pengiriman uang Overseas Development Institute yang dirilis pada tahun 2014, dua operator transfer uang terbesar di dunia - Western Union dan MoneyGram - menyumbang dua pertiga dari transfer uang ke Afrika, di mana rata-rata 12% dari jumlah yang dikirim kembali ke kerabat di sub-Sahara Afrika hilang untuk biaya transfer. Ini cukup untuk membayar pendidikan sekolah dasar bagi 14 juta anak di wilayah tersebut! Teknologi menawarkan janji pengurangan biaya, mengalokasikan lebih banyak dana ke tangan target yang dimaksudkan pengirim. Dengan transaksi yang efisien seperti GoMoney yang memangkas hingga 5% dari 7,9% biaya transfer rata-rata global seperti struktur perbankan tradisional, layanan perbankan seluler dapat mengarahkan kembali sekitar \$ 3 4 miliar ke kantong orang-orang yang paling membutuhkannya. Ini adalah cara baru bagi bank untuk memberikan kembali kepada masyarakat, dan penjangkauan kemanusiaan yang dimungkinkan oleh teknologi ponsel cerdas.

Perusahaan Milenial Outreach yang membanggakan komponen amal kemungkinan besar akan beresonansi dengan keras oleh kaum milenial, yang memperjuangkan dorongan kuat untuk memberi kembali. Bisnis pintar mulai memperhatikan. Sebagai contoh pengecer kacamata online, Warby Parker. Mengangkat pepatah lama “Beri seseorang ikan dan Anda memberinya makan selama sehari; ajari seseorang memancing dan Anda memberinya makan seumur hidup”, untuk setiap kacamata yang dijual Warby Parker, perusahaan mengirimkan uang tunai ke mitra nirlaba yang membantu mengajari pengusaha lokal di negara berpenghasilan rendah untuk memulai bisnis kacamata mereka sendiri. Intinya, Warby Parker mendapatkan keuntungan, sekaligus membantu masyarakat miskin untuk membantu diri mereka sendiri. Ini adalah skenario win-win solution terbaik.

Masa Depan Perbankan

Dalam setiap diskusi tentang perbankan, pertanyaan yang selalu muncul: “Apakah penggunaan tunai akan ketinggalan zaman?” Ini merupakan pertanyaan penting untuk bertanya, tapi hampir mustahil seseorang untuk menjawab karena ada yang conflicting pandangan tentang topik ini. Di satu sisi, orang telah memprediksi kematian uang tunai selama bertahun-tahun, didorong oleh desas-desus seputar Apple Pay dan mata uang kripto. Namun baru-baru ini pada 2013, uang tunai masih digunakan sekitar 85% untuk transaksi konsumen global, menurut laporan MasterCard. Di sebagian besar negara berkembang, ini tetap menjadi cara pembayaran default untuk sebagian besar konsumen - di tempat-tempat seperti Kenya, di mana alat pembayar online telah mengalami kesuksesan besar.

Sangat mudah untuk melihat mengapa banyak analis mempertahankan keyakinan bahwa uang tunai akan tetap ada. Tetapi ada alasan yang sama meyakinkan untuk percaya bahwa uang itu akan lenyap, terutama ketika pemerintah tampaknya ingin membuang uang tunai. Contoh kasus: AS melakukan pembayaran federal seperti Jaminan Sosial dan tunjangan kendaraan secara eksklusif melalui sarana elektronik. Dan pemerintah India telah mengeluarkan ID biometrik untuk warganya, meletakkan dasar bagi masyarakat tanpa uang tunai dan membuka pintu menuju inklusi keuangan. Menambahkan untuk itu, akses mobile telah menyebar di seluruh dunia, baik sebagai feature ponsel dan smartphone yang membuat mereka jalan ke tangan konsumen di mana-mana.

Kaum muda kemungkinan besar akan kehilangan uang. Cara praktis agar hal ini terjadi adalah panggilan penilaian. Namun, aplikasi perbankan seluler nomor satu yang memungkinkan orang-orang melakukan bisnis perbankan dengan lancar baik dalam lingkungan berbasis uang tunai atau tanpa uang tunai kemungkinan besar akan benar-benar menangkap pangsa pasar, dan membuat perbankan lebih mudah.

Salah satu syair lagu yang melegenda dari John Lennon mengajak kita untuk “*imagine all the people, sharing all the world*”. Mungkinkah dia meramalkan seberapa besar dunia akan terhubung secara global suatu hari nanti, karena kemajuan FinTech?

Siapa yang menyangka kombinasi keuangan dan teknologi bisa menghasilkan sesuatu yang mengasyikkan? Ini mungkin tampak tidak mungkin, tetapi FinTech telah muncul sebagai sektor terpanas di planet ini. Tidak diragukan lagi, ini karena pusatnya berpusat di London, ibu kota awal dan keuangan Eropa. Tapi itu juga fenomena global. Di AS, New York City telah mempertahankan posisinya di puncak industri keuangan. Itu menjauhkan bakat teknologi dari pantai barat dengan komunitas FinTech yang berkembang dan kolaborasi antara pemain mapan dan start-up baru. Di Afrika FinTech membantu mereka yang tidak memiliki rekening bank melakukan transaksi dengan cara yang aman dan nyaman. Asia Tenggara juga memiliki sejumlah hub FinTech yang sedang berkembang. Hong Kong dan Singapura sedang membangun ekonomi perdagangan dan layanan mereka yang sudah ada, menciptakan hub FinTech seperti FinTech Innovation Lab di Hong Kong yang dijalankan oleh Accenture dan bermitra dengan bank dari seluruh dunia. Startupbootcamp FinTech diluncurkan di Singapura. Di Australia, sejumlah co-working space dan inkubator telah bermunculan.

Para pemain keuangan tradisional mendapatkan banyak waktu pres di berita terkait FinTech: Goldman Sachs di New York, Barclays di London, dan Accenture di Hong Kong, sementara bank di China diam-diam mengumpulkan sebanyak mungkin bakat FinTech. Kami mendengar tentang peningkatan besar dalam efisiensi dan kegunaan dalam sistem yang ada. Ada perbaikan yang bagus, tapi apakah semua ini revolusioner? Apakah mereka mengganggu? Saya melihat pemimpin pasar yang mengakar memanfaatkan regulasi untuk mencegah persaingan keluar. Melakukan manuver kontra-gangguan, mengganggu mereka sebelum dimulai.

Di New York, kita mungkin melihat munculnya tren baru gangguan outsourcing, atau dalam bahasa modern, "Disrupsi sebagai Layanan". Acqui-Hire dulu dianggap sebagai anak tangga terendah dari tangga keluar untuk start-up. Sekarang kami melihat perusahaan baru menetapkan ini sebagai tujuan mereka, mengubah calon wirausahawan menjadi karyawan. Bank-bank tersebut berhasil menggunakan boom FinTech sebagai platform perekrutan. Bukankah revolusi seharusnya menggantikan sistem yang ada dengan yang lebih baik? Ini membawa kita pada pertanyaan: apakah gangguan itu? Apakah gangguan adalah sesuatu yang harus kita cita-citakan? Clayton M. Christensen, pencipta teori inovasi yang mengganggu berkata: Disrupsi bukan hanya penggulingan pemimpin pasar - itu adalah persaingan yang sukses. Ini berarti mengubah aturan permainan, yang memungkinkan pemain baru mengalahkan pemegang rekor. "Teknologi yang mengganggu biasanya memungkinkan munculnya pasar baru."

Pemegang rekor di bidang keuangan telah bermain untuk waktu yang lama dan telah mengumpulkan kekayaan dan kekuasaan yang sangat besar. Begitu banyak kekuatan sehingga pemerintah menjadi tergantung pada operasi mereka yang berkelanjutan – seperti yang kita lihat dengan dana talangan \$1 triliun di AS selama krisis keuangan global. Pemusatan kekayaan, kekuasaan, dan regulasi yang besar ini membuat persaingan menjadi sulit dan menyebabkan kurangnya persaingan. Kita semua tahu siapa yang kalah ketika persaingan tidak ada – konsumen. Konsumen kehilangan baik melalui harga atau kurangnya akses..

Kekuasaan di pasar berarti penguasaan atas pasokan dan distribusi barang atau jasa. Jika Anda memiliki kekuasaan, Anda dapat menentukan harga dan akses. Gangguan adalah desentralisasi kekuasaan

ini, dan begitu pasokan didemokratisasi, demikian juga permintaan karena konsumen sekarang punya pilihan. Dalam kasus FinTech itu akan bertepatan dengan penyebaran kekayaan. Sebagai pemain lebih memasuki pasar, kekayaan akan mengalir from bank untuk para pemain alternatif. Karena konsumen mendapatkan kesepakatan yang lebih baik karena persaingan dan solusi yang lebih efisien (bank memiliki sistem warisan yang besar yang harus mereka dukung), lebih banyak kekayaan tetap di saku mereka, membuat semua orang sedikit lebih baik. Disrupsi adalah pasar bebas yang sedang beraksi, perlahan dibebaskan dari belenggu warisan yang ada oleh teknologi.

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah penerima manfaat utama dari start-up yang mengganggu. Kumpulan bakat mereka lebih dangkal dan kebutuhan mereka lebih sedikit daripada perusahaan besar, jadi mereka mengandalkan keahlian outsourcing. Mereka bersedia untuk mencoba alat-alat baru yang akan memiliki dampak yang nyata pada bisnis mereka. Ini juga cocok untuk tim start-up kecil yang gesit. UKM berfungsi sebagai mesin penggerak banyak perekonomian, bertanggung jawab secara global atas 80% aktivitas ekonomi. Dan mereka sekarang mulai mendapatkan keuntungan dari revolusi FinTech. Di Australia, UKM merupakan bagian penting dari perekonomian, yang mencakup 97% bisnis dan mempekerjakan 47% tenaga kerja. Melbourne - di negara bagian Victoria tenggara Australia - adalah pusat keuangan tradisional dan kota dengan beragam budaya. Pemerintah mendukung pengusaha melalui sejumlah inisiatif. Prakarsa Start-up Victoria senilai AU \$ 60 juta diluncurkan untuk mengembangkan bisnis inovatif yang berkembang pesat, termasuk FinTech, serta AU \$ 200 juta Future Industries Fund, yang berfokus pada layanan profesional dan keuangan.

Pemerintah akan menarik \$ 500 juta dari *Premier's Jobs and Investment Fund* untuk mendukung prakarsa prioritas tinggi. Dengan faktor dan dukungan ini, tidak mengherankan jika Melbourne menjadi rumah bagi berbagai perusahaan rintisan FinTech yang melayani UKM. Nasihat keuangan yang baik dapat membuat atau menghancurkan UKM. Sebuah penasihat yang berkualitas dapat mengisi kesenjangan dalam pengetahuan. Yang penting, mereka juga dapat mengidentifikasi peluang, mengurangi risiko, dan meningkatkan efisiensi. FinancialAsk, misalnya, membuat nasihat keuangan mudah didapat dengan menawarkannya melalui aplikasi dan web, sehingga nasihat yang berkualitas dapat diakses. Dengan saran yang tepat, bisnis diperlengkapi untuk membuat keputusan, tetapi mereka membutuhkan alat untuk melacak implementasinya. Arus kas merupakan konsep bagi banyak UKM. Boomerigo adalah alat penganggaran dan pengelolaan arus kas, atau yang awalnya ditujukan untuk konsumen dan pencari kerja. Setelah meluncurkan aplikasinya, mereka menemukan bahwa sebagian besar pengguna adalah UKM. Aplikasi ini terhubung dengan bank, kartu kredit, dan rekening pinjaman dan, menggunakan algoritme, mengurutkan pengeluaran dan arus kas ke dalam kategori serta pedagang. Ini tidak hanya membantu dengan penganggaran, tetapi juga dengan pengingat pembayaran tagihan. Platform analisis yang kuat meningkatkan kecerdasan finansial pengguna melalui pengalaman.

Selain itu, meskipun UKM memiliki arus kas yang baik, mereka mungkin masih membutuhkan pinjaman untuk modal atau ekspansi. Moula adalah platform pinjaman alternatif berbasis data untuk UKM Australia, menyediakan pendanaan cepat dan sederhana berdasarkan data transaksi UKM dan profil perusahaan. Proses aplikasi online-nya telah dirancang agar cepat, sehingga memudahkan bisnis untuk mengakses pendanaan tanpa proses dan dokumen perbankan tradisional. Seperti kebanyakan start-up, Moula lahir dari pengalaman pribadinya, dalam hal ini tantangan memperoleh pembiayaan untuk bisnis keluarga. Tentu saja, semua alat di dunia tidak akan membantu bisnis kecuali dibayar. Peradaban telah menggunakan uang sebagai alat transaksional sejak sekitar 600 SM. Pembayaran barang dan jasa dalam transaksi tatap muka sangat mudah. Anda melakukan pembayaran dan menerima barang

Anda. Receiver ing pembayaran di mana pelanggan adalah remote pro blem setua bisnis itu sendiri. Pelanggan ragu-ragu untuk membayar sebelum menerima uang atau layanan dan bisnis ragu-ragu untuk menyediakannya sebelum mereka menerima pembayaran.

Setelah diramalkan dalam buku Edward Bellamy tahun 1888, *Looking Backward*, kita menganggap kartu multi-pedagang pertama, *Diners Club Card*, pada tahun 1950, dan pada tahun 1982, transfer dana elektronik pada titik penjualan (EFTPOS) diperkenalkan. Pengenalan kartu kredit dan EFTPOS melihat konsolidasi kekuatan kelembagaan. Bank tidak lagi hanya sebagai tempat usaha dan tempat menyimpan dan menabung. Mereka menjadi fasilitator sentral transaksi. Meskipun ini mungkin terlihat mengganggu uang tunai, ini tidak memenuhi definisi kami sebelumnya. Jika bisnis Anda tidak menerima pembayaran elektronik, bisnis tersebut akan merugi. Kami telah melihat contohnya di Australia. Beberapa bank “Empat Besar” mengalami gangguan sistem, yang berarti bisnis tidak dapat menerima pembayaran kartu. Media melaporkan pelanggan meninggalkan toko tanpa membeli karena ini. Ini adalah mimpi buruk setiap bisnis.

Hal ini sangat meringankan kebutuhan akan persaingan dan kebutuhan akan gangguan pembayaran. Setelah beberapa kesalahan dimulai pada 1990-an dengan NetBank dan DigiCash, pada 1999 pengganggu asli PayPal lahir, sekarang diikuti oleh banyak lainnya. Seiring perkembangan bisnis dan teknologi, kami telah melihat sifat pembayaran berubah untuk menyesuaikan dengan konteks transaksi. Dalam contoh saya, kita melihat kaburnya dunia online dan offline. Bayangkan pembayaran untuk perjalanan Uber, tanpa gesekan, tanpa kode PIN, cukup keluar dari mobil. Karena tempat- tempat ini telah membangun kepercayaan, dan seiring dengan semakin populernya belanja online, kami telah menyaksikan munculnya escrow pembayaran, di mana pembayaran ditahan sampai barang diterima. Ini jelas menguntungkan pelanggan karena mereka tahu mereka akan mempertahankan kendali atas pembayaran sampai mereka menerima barang. Ini juga menguntungkan UKM. Jika bisnis tidak diketahui dengan baik, mereka tidak memiliki reputasi dan tidak ada alasan untuk mengharapkan kepercayaan dari pelanggan. Pelanggan mengambil risiko bahwa bisnis akan memenuhi perjanjian setelah pembayaran dilakukan, terutama dari luar negeri. Jika perusahaan menerima opsi escrow dari platform terkenal, mereka pada dasarnya memanfaatkan kepercayaan dan reputasi platform itu. Menarik dan mewakili perdagangan online bahwa escrow telah diterima secara luas secara online, sebelum memasuki transaksi bisnis offline tradisional, ketika bisnis offline dan pelanggan sama-sama memiliki banyak keuntungan dari sistem seperti itu.

Konteks pengguna adalah sesuatu yang sangat penting untuk alat UKM. Kurangnya proses yang ditentukan di seluruh bisnis berarti perlu gesekan rendah dan disederhanakan agar sesuai dengan proses yang ada dengan beban kerja rendah dan kurva pembelajaran yang dangkal. Proses harus terspesialisasi, sehingga UKM dapat melakukan apa yang perlu mereka lakukan dan kembali ke bisnis – mereka tidak boleh menjelajahi fitur yang tidak mereka perlukan atau gunakan. UKM biasanya dijalankan oleh beberapa orang yang dengan berbagai profesi dan latar usaha yang berbeda, jadi perbedaan ini harus diperhatikan juga. Konteks pengguna UKM dan pelanggan harus dikemas dalam solusi pembayaran FinTech yang baik, menyediakan opsi pembayaran yang sesuai dengan bisnis, pelanggan, dan transaksi. FinTech memberi UKM alat yang mereka butuhkan untuk memiliki fleksibilitas pembayaran sehingga mereka dapat dibayar dan kembali bekerja. Manfaat ini kemudian akan mengalir ke konsumen, melalui transaksi yang lebih lancar dan tidak menimbulkan stres, di mana pengalaman pelanggan yang lebih baik akan muncul. Manfaat ini berkontribusi pada ekonomi yang lebih kuat dan penduduk dunia yang lebih bahagia.

Waktu adalah faktor kunci terkait dengan berita. Platform yang menerbitkan berita pertama-tama menerima paling banyak peringkat saluran dan akhirnya paling banyak peringkat TRP (*Television Rating Point / Target Rating Point*). Pada titik ini, efek jaringan bekerja sesuai keinginannya dan semua ini membangun kredibilitas saluran berita dan akhirnya jaringan berita. Reaksi berantai ini menimbulkan beberapa pertanyaan antara lain :

- Waktu sangat penting dalam berita, tetapi apakah itu cukup bagi para wirausahawan ? Akankah waktu memainkan peran yang sama bagi pengusaha?
- Apakah benar-benar ada keuntungan penggerak pertama atau apakah itu berbeda secara sektoral?
- Apakah waktu memengaruhi raksasa teknologi?

Sering terdengar wirausahawan pemula mengeluh : “Itu persis ide saya, dan perusahaan itu baru saja menerima \$ 5 juta dalam pendanaan yang seharusnya menjadi milik saya!”

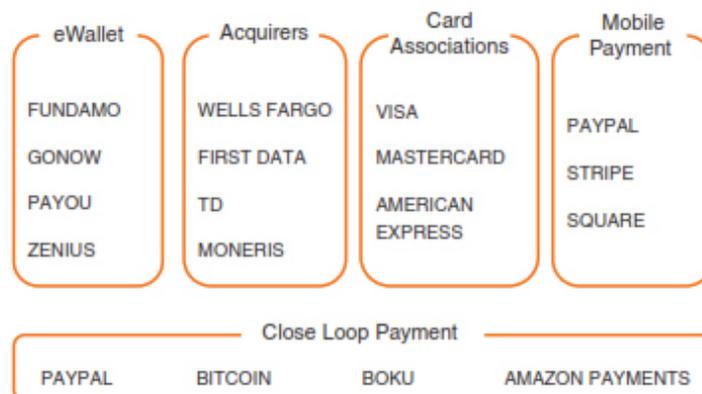
Dalam dunia pembayaran yang berkembang secara dinamis saat ini, pengaturan waktu sangatlah penting dan Apple telah melakukan pekerjaan yang fenomenal terkait dengan waktu peluncuran produk Apple Pay di inti gelombang tsunami FinTech dan Pembayaran yang menyapu seluruh alam semesta. Kudos, Apple! Namun, keberhasilan utama Apple Pay bergantung pada adopsi yang meluas; dunia tanpa kartu kredit dan uang tunai. Apakah itu fiksi ilmiah atau kenyataan?

Ekosistem Pembayaran

Apple, Google, atau Starbucks? Apakah pendapatmu tentang Starbucks?

Apple adalah bayi yang menjadi pusat perhatian dan menerima semua perhatian media. Google secara dekat mengikuti Apple tetapi pemain diam di ruang pembayaran adalah Starbucks, yang pasti harus disebutkan. Starbucks menggabungkan kemudahan pembayaran untuk memesan Frappuccino melalui aplikasi seluler mereka dan memberikan nilai tambahan kepada pelanggan dengan menyediakan satu sumber untuk melacak semua program hadiah dalam satu tempat. Langkah ini telah melihat adopsi besar di antara konsumen yang lebih suka menggunakan aplikasi seluler untuk melewati antrian panjang yang biasa terjadi di gerai Starbucks di New York dan sendi universitas lain yang menyaksikan lalu lintas padat selama jam-jam tertentu dalam sehari. Hal ini sejalan dengan ambisi CEO Howard Schultz untuk menjadikan pembayaran seluler sebagai prioritas utama karena Starbucks adalah satu-satunya perusahaan yang mengklaim 90% dari \$ 1,6 miliar yang dihabiskan di toko-toko AS dilakukan dengan menggunakan ponsel cerdas pada tahun 2013.

Gambar berikut menunjukkan ekosistem sampel.



Gambar: Contoh *ekosistem pembayaran*

Secara kategoris, ada beberapa pemain di ruang pembayaran, diklasifikasikan di seluruh dompet elektronik (Google Wallet, Visa Checkout, Apple Pay, Swap), kartu kredit bank (Wells Fargo, HSBC, Chase), kartu kredit bisnis (Best Buy, Target), platform dompet elektronik (hyperWallet, Funda mo, GoNow, Payout, Zenius), asosiasi kartu (Visa, MasterCard, American Express), pengakuisisi (Wells Fargo, FirstData, TD, Moneris), prosesor (Chase, GlobalPayments, FirstData), prosesor pihak ketiga (Stripe, PayPal, Square), ISO (Everlink, Pivotal Payments), teknologi terminal tempat penjualan (Ingenico Group, Verifone, Magtek), sistem terintegrasi (Micros, Vivonet, Profittek), penyedia pembayaran terminal di dalam toko (Chase, Payfirma, GlobalPayments), penyedia pembayaran e-commerce (Stripe, Payfirma, Apple Pay, PayPal), penyedia pembayaran penagihan berulang (Stripe, PayPal, Payfirma), penyedia pembayaran seluler (Square, Venmo, Intuit), dan penyedia POS tablet (Vend, NCR, Square, Payfirma).

Aplikasi lain, dilambangkan sebagai jaringan pembayaran loop tertutup (Pembayaran Amazon, Bitcoin, PayPal, Boku, Somerics, Dwolla) akan beroperasi di seluruh lapisan ekosistem pembayaran antara konsumen dan pedagang.

Contoh yang dikutip di atas memang melayani pasar Amerika tetapi memberikan gambaran yang baik tentang pemain di seluruh kategori dan dapat dengan mudah digunakan untuk perbandingan di seluruh negara.

Pada 2015, Google Wallet mengumumkan rencananya untuk meluncurkan jaringan P2P dan Apple segera mengikutinya. Evolusi teknologi tersebut akan menimbulkan norma otentikasi yang lebih baru di device tingkat dan posisi Google / Apple sebagai payment bank evolusi. Apple selalu menjauh dari kompleksitas pemrosesan transaksi keuangan, tetapi manfaat dari membangunnya sendiri bukanlah ide yang dibuat-buat. Kita bisa bertanya kepada Starbucks yang baru saja melakukannya dan menikmati lebih dari satu juta transaksi sebagai bagian dari jaringan pembayaran mereka sendiri. Jadi, apakah Apple akan berubah menjadi bank pembayaran? Bisa saja, jika berpotensi mendapatkan manfaat tambahan. Namun, seperti yang telah dibuktikan oleh Starbucks, Google dan Apple perlu memberikan sesuatu yang ekstra agar orang-orang mulai mengadopsi logika teknologi mereka. Bagi konsumen, ini bukan lagi tentang pembayaran tetapi tentang nilai tambah ekstra.

Efek Energizer

Apple akan terus berinovasi pada platform FinTech tetapi Apple Pay menampilkan efisiensi integrasi vertikal Apple melalui penggabungan perangkat keras, perangkat lunak, dan antarmuka yang ramah pengguna ke dalam ekosistem yang harmonis. Atribut di atas khusus untuk Apple Pay dan ini pasti akan memberi energi pada ekosistem iOS.

Privasi

Apple melakukan pekerjaan fenomenal tentang masalah privasi dengan tidak menyimpan hal-hal berikut:

- Apa yang Anda beli
- Di mana Anda membelinya
- Berapa banyak Anda membayar untuk itu.

Apple juga menahan diri untuk tidak bertukar informasi kartu kredit apa pun dengan pedagang selama transaksi, yang selanjutnya meningkatkan mekanisme keamanannya.

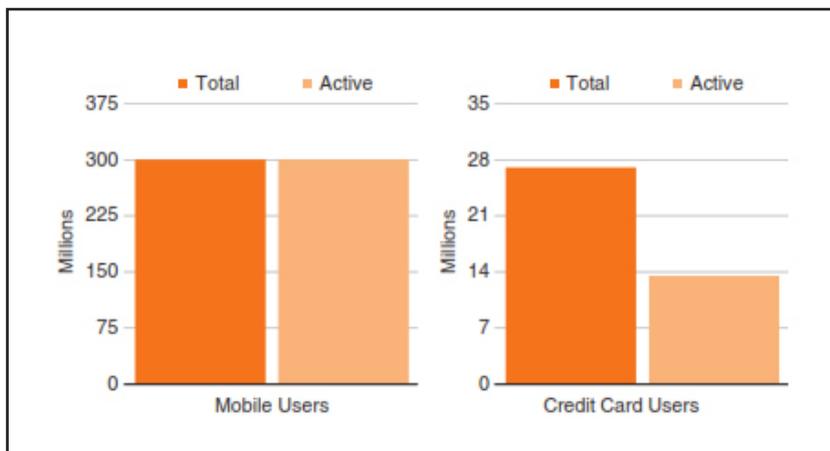
Adopsi Pedagang

Apple Pay adalah solusi pembayaran baru namun komprehensif karena 83% lembaga keuangan di seluruh Amerika telah mengadopsinya. Rata-rata 22.000 toko telah mendaftar untuk mengadopsi Apple Pay. Beberapa nama termasuk Starbucks, Whole Foods, Bloomingdale's, Disney, dll. Penyedia layanan seperti Uber dan Groupon juga ikut naik. Nomor jaringan di atas dan potensial untuk menambahkan beberapa lagi selama tahun depan pak banyak potensi adopsi teknologi ini antara pedagang yang lebih besar, tapi akan taktik serupa menarik pedagang kecil?

Adopsi Konsumen

Pedagang mengadopsi Apple Pay dan Apple baru-baru ini mempublikasikan bahwa lebih dari 700.000 pedagang telah mengatur operasi untuk menerima Apple Pay sebagai bentuk pembayaran. Tetapi berapa banyak dari Anda di luar sana yang berjalan ke toko hanya dengan telepon dan tanpa kartu dan tanpa uang tunai? Saya tidak tahu teman saya yang melakukan itu di negara maju.

Mari kita berpikir kembali dan lihat Gambar berikut. Apa yang kamu lihat?



Gambar: Penetrasi pengguna seluler vs. pengguna kartu kredit di India
Sumber: Penyedia Riset Teknologi Sekunder

Grafik tersebut menunjukkan penetrasi pengguna seluler vs. pengguna kartu kredit dan persentase pengguna aktif di setiap segmen di India. Bagian yang menarik untuk diamati adalah bahwa penetrasi perangkat seluler dan adopsi di sepanjang jalur yang sama untuk sebagian besar negara berkembang. Artinya, teknologi yang mendorong penggunaan pembayaran melalui perangkat seluler akan terbukti lebih berhasil di negara berkembang. Namun, untuk mencapai tujuan akhir transfer ke dunia tanpa uang tunai atau kartu kredit, kita juga perlu mengalihkan fokus dari manfaat pelanggan ke manfaat pedagang, karena pedagang kecil tidak ikut serta karena biaya transaksi yang terlibat. Selama perusahaan kecil tidak mengadopsi Apple Pay, orang biasa akan selalu membawa cara pembayaran alternatif.

Apple perlu memberikan insentif bagi pedagang yang lebih kecil untuk memungkinkan adopsi Apple Pay secara luas. Jika saya menggunakan Apple Pay, saya ingin menggunakannya di toko kelontong, bengkel, tempat cuci baju, dan juga warung jajanan pinggir jalan yang menyajikan hot dog dan burger. Daftar skenario penggunaan tidak terbatas.

Potensi untuk Analisis Data

Apple tidak menyimpan informasi transaksi dan dapat dikatakan bahwa potensi penggunaan data besar hampir hilang dalam layar ini. Apple menyinggung hal di atas melalui acara Cupertino sebagai data yang digunakan untuk tujuan yang lebih besar, yang dapat mengisyaratkan iklan atau aliran pendapatan lainnya. Namun, Apple dapat menggunakan data besar melalui teknologi seperti Beacon untuk memberikan umpan langsung atau diskon tambahan untuk produk di sekitar seseorang saat berbelanja di toko fisik. Pendekatan untuk menganalisis big data saat mengalir masuk akan menghindari penyimpanan data transaksional dan memacu pengembangan beberapa aplikasi di sekitar domainnya. Pengguna Apple Pay dan Apple Watch pada akhirnya akan mendapat manfaat dari semua eksternalitas jaringan ini.

Ekonomi Industri

Gartner (sebuah firma riset teknologi) menyatakan bahwa pasar pembayaran diharapkan menghasilkan total \$ 721 miliar dalam tindakan trans global pada tahun 2017. Ini menggambarkan 35% CAGR (Tingkat Pertumbuhan Tahunan Gabungan) dari tahun 2012. Pembayaran seluler diperkirakan berjumlah 45 % (\$ 325 miliar) dari transaksi ini. Segmen NFC (*Near Fieldm Communication*) diharapkan menjadi 5% (\$ 36 miliar) pada tahun 2017 tetapi tumbuh pada 64% CAGR. Secara keseluruhan, ini terlihat sangat menguntungkan.

Ringkasan

- Apple Pay menghidupkan kembali ekosistem iOS dan memberikan aliran pendapatan baru bagi Apple.
- Basis pengguna yang ada sebanyak 800 juta, ditambah akun iTunes yang sudah berisi informasi kartu kredit akan memberikan kontribusi yang sangat besar bagi keberhasilannya.
- Apple Pay telah mengatasi masalah privasi dengan sangat tepat.
- Ekonomi industri pembayaran dan eksternalitas jaringan yang dihasilkan mungkin atau mungkin tidak bekerja untuk keuntungan Apple.
- Badan pengatur akan membayar peran besar dalam penerapan Apple Pay seperti teknologi serupa di negara berkembang.

Apple Pay sejauh ini menjadi 'pembuat kehebohan' paling inovatif di bidang FinTech. Kesederhanaan penggunaannya, basis pengguna iTunes saat ini, kebijakan privasi, fitur keamanan, dan jaringan keuangan komprehensif yang telah dibangun menjanjikan masa depan yang cerah bagi Apple dan beberapa perusahaan baru yang pada akhirnya akan berkembang di sekitar domain ini.

5.12

Solusi FinTech yang Menguntungkan Sektor lain

Ide kontrak untuk pengiriman keledai dengan volume tertentu di masa depan bukanlah hal baru, sebenarnya ia menemukan asalnya ribuan tahun yang lalu di Mesopotamia, Mesir, dan dunia Romawi. Kasus penggunaan yang jelas adalah manajemen risiko untuk kedua sisi kontrak: pendapatan terjamin di masa depan bagi penjual dan jaminan pasokan di masa depan dengan harga yang diketahui oleh pembeli.

Berkembang dengan sangat pesat, Tulip Bulb Mania Belanda tahun 1637 yang sering di jadikan acuan memungkinkan spekulasi tentang harga di masa depan melalui kontrak berjangka, dan kontrak "berjangka" pertama secara umum diterima di pasar beras Yodoya di Osaka, Jepang sekitar tahun 1650. Di zaman modern kali, deregulasi yang mengakibatkan peningkatan volatilitas harga, ditambah dengan kekuatan komputasi yang baru tersedia dari tahun 1970-an, terbukti menjadi katalisator bagi ledakan hak untuk membeli atau menjual pada kontrak tanggal masa depan ("opsi") dan kontrak berjangka standar, dikenal sebagai kontrak berjangka. Saat ini, pasar derivatif global telah berkembang menjadi nilai nosional sebesar US \$ 700 triliun, di 30 mata uang, dan secara luas digunakan sebagai alat manajemen risiko oleh perusahaan, manajer investasi, pemerintah, asuransi, perusahaan energi dan komoditas, dan bank. Sementara kebanyakan orang memikirkan suku bunga, mata uang, ekuitas, atau derivatif kredit (atau bahkan cuaca yang lebih eksotis dan turunan listrik), bab ini akan berfokus pada dua peluang lain yang sedang berkembang bagi perusahaan FinTech yang tertarik pada turunannya: pasar infrastruktur cloud dan online pasar periklanan. Dalam pola pikir FinTech saat ini, kedua pasar ini menghadirkan peluang yang fantastis, karena keduanya sangat bergantung pada teknologi, harga tidak stabil, aset yang mendasarinya (sebagian besar) dikomoditisasi, dan terdapat persilangan keterampilan dan pengetahuan yang terbatas antara keuangan dan cloud. atau iklan online.

Tentu saja, bidang seperti pembayaran, mata uang kripto, dan crowdfunding akan sangat berharga, tetapi peluang terbaik terletak di persimpangan industri. Hal ini paling jelas terlihat dalam menggabungkan turunan dengan infrastruktur cloud dan iklan online. Pasar infrastruktur cloud (juga disebut sebagai pasar "*Infrastructure as a Service*" atau "IaaS") adalah infrastruktur komputasi (daya komputasi, memori, dan penyimpanan) yang digunakan untuk memberi daya pada aplikasi internet. Data disimpan dan diproses di luar lokasi dan tersedia sesuai permintaan dari lokasi yang jauh. Pasar bernilai sekitar \$ 16,5 miliar, diproyeksikan tumbuh sebesar 43% setiap tahun selama lima tahun ke depan menurut laporan. Amazon memelopori pasar ini pada tahun 2006 dalam hal menawarkan layanan berbasis cloud kepada perusahaan lain, setelah menyelesaikan masalah penskalaan infrastruktur mereka sendiri. Perusahaan besar seperti Netflix, Dow Jones, Pfizer, dan Comcast semuanya menggunakan Amazon Web Services ("AWS") hari ini. Meskipun raksasa seperti Microsoft, Salesforce, IBM, Rackspace, dan Google menginvestasikan miliaran ke pasar, Amazon masih unggul, dengan beberapa akun empat kali lebih besar dari gabungan semua pesaingnya.

Fitur menarik dari layanan cloud adalah karena mereka on-demand. Jadi, misalnya, jika ada peningkatan mendadak dalam permintaan untuk suatu layanan, seseorang dapat mengklik beberapa tombol dan menjalankan beberapa infrastruktur tambahan untuk memenuhi permintaan ini. AWS memperkenalkan pasar spot ini pada tahun 2010; namun, volatilitas dalam harga spot menciptakan ketidakpastian dalam jumlah besar bagi perusahaan yang membeli di pasar spot. Sebuah langkah penting terjadi pada tahun 2013 ketika Deutsche Börse mengumumkan Cloud Exchange AG, sebuah usaha patungan dengan Zimory yang berbasis di Berlin, yang memungkinkan peserta untuk memperdagangkan kapasitas tempat. Meskipun tidak satu pun vendor yang disebutkan dalam paragraf di atas termasuk dalam bursa, masih ada lima vendor yang dapat dipilih. Pertukaran tersebut menawarkan produk dan prosedur standar untuk masuk, perdagangan, penyelesaian, dan pengawasan, dan seseorang dapat berpindah antar vendor dalam kontrak yang sama. Untuk memahami spesifikasi kontrak, kapasitas penyimpanan diperdagangkan dalam unit data minimal 1TB, dan kapasitas pemrosesan dalam denominasi setidaknya 10 Unit Kinerja (PU), dengan satu PU mewakili 8 GB.

Menariknya, ketika berpikir tentang derivatif, industri sudah memiliki gagasan tentang "contoh cadangan" atau kontrak berjangka yang dapat dijual kembali. Namun, saat ini, seseorang hanya dapat menjual kembali ke vendor yang sama sehingga pasar tidak memiliki penemuan harga yang sebenarnya. Namun, mengingat ada kasus penggunaan yang jelas seputar mengapa pembeli ingin melindungi biaya masa depan, katakanlah Natal (pikirkan saja permintaan Netflix untuk streaming pada Hari Natal), tentu saja hanya masalah waktu sebelum masa depan dan opsi diperkenalkan. Andy Jassy, SVP dari AWS mengatakan bahwa "AWS memiliki potensi untuk menjadi bisnis terbesar di Amazon dalam jangka panjang, yang signifikan mengingat bisnis ritel kami adalah bisnis senilai \$ 70 miliar". Peningkatan ini mungkin tidak terlalu dibuat-buat, mengingat infrastruktur ini akan memberi daya pada sebagian besar pasar Internet of Things (IoT), pasar yang diperkirakan mencapai \$ 7,1 triliun pada tahun 2020.

Pasar lain yang besar, tumbuh secara eksponensial, dan bergejolak di mana turunannya dapat berguna adalah ruang iklan online. Tidak semua orang mengetahui hal ini, tetapi sebagian besar slot iklan display dibeli dan digunakan dalam lelang waktu nyata menggunakan algoritme komputer dalam hitungan detik. Teknologi ini disebut "iklan terprogram" dan pasar spot disebut sebagai "penawaran real time". Tampilan iklan termasuk iklan banner yang di mana-mana di seluruh web, mobile, video, dan media sosial. Pembeli seperti merek atau agensi media memasukkan aturan penargetan tertentu untuk kampanye iklan (situs web perjalanan atau pria di New York misalnya) dan ketika pengguna tiba di halaman web, lelang berlangsung untuk menampilkan iklan tertentu kepada pengguna. Data seperti riwayat penelusuran dan manajemen hubungan pelanggan (CRM) dihamparkan dan merilis informasi tentang seberapa banyak pembeli bersedia membayar. Setelah pemenang lelang dipilih, pemenang menampilkan iklan kepada pengguna.

Ini berarti bahwa dua pengguna yang mengunjungi halaman web yang sama secara bersamaan dapat melihat dua iklan yang berbeda, dan pembeli mungkin telah membayar harga yang sangat berbeda untuk menampilkan iklan tersebut. Ingat, ini semua terjadi dalam waktu sekitar 200 milidetik. Jadi infrastruktur di sini tidak berbeda dengan infrastruktur perdagangan frekuensi tinggi di pasar keuangan. dan meskipun orang mungkin berpikir bahwa anggaran periklanan digital masih relatif kecil dibandingkan dengan anggaran TV, Inggris Raya adalah negara pertama di dunia di mana lebih dari setengah dari semua belanja iklan adalah untuk digital. Secara global, ini diperkirakan menjadi pasar primer \$ 53 miliar pada tahun 2018. Ada sedikit keraguan bahwa ini akan terjadi di seluruh dunia. Setelah IPTV mendapatkan daya tarik di masa depan, ini akan menambah \$ 79 miliar lagi untuk ukuran pasar pada tahun 2020.

Pengukuran kami, bagaimanapun, menunjukkan bahwa pasar spot ini sebenarnya 12,5 kali lebih tidak stabil daripada Indeks S&P 500. Ini berarti bahwa pembeli ruang iklan (merek atau agensi iklan misalnya), tidak pernah yakin apakah, pertama-tama, mereka akan memenangkan lelang untuk menampilkan iklan, dan, kedua, berapa yang akan mereka bayarkan untuk iklan tersebut. Hal ini membuat perencanaan anggaran media untuk proyek-proyek masa depan menjadi sangat sulit dan merusak perencanaan arus kas juga. Dari sudut pandang penjual, seperti situs web atau aplikasi seluler yang menghosting iklan, ini memengaruhi pendapatan. Kasus penggunaan dari sudut pandang situs web akan menggabungkan pasar berjangka dan pasar spot ke dalam sistem manajemen hasil yang lebih baik. Dengan menggunakan harga futures dan spot, mereka dapat membuat algoritme yang mengalokasikan slot iklan antara pasar berjangka dan spot untuk memaksimalkan tempat. Ini bisa serupa dengan bagaimana maskapai penerbangan mengelola hasil tiket mereka karena keduanya berbagi karakteristik inventaris yang tidak dapat disimpan (slot iklan ditampilkan pada waktu dan kursi tertentu untuk penerbangan tertentu).

Dari sudut pandang lindung nilai, dana yang diperdagangkan di bursa berbasis indeks bisa menjadi alat lindung nilai yang berguna. Situs web musiman seperti situs perjalanan dapat melakukan lindung nilai terhadap pergerakan harga yang tidak menguntungkan di masa depan dengan mengambil posisi short dalam indeks yang berkorelasi. Demikian pula, pembeli dapat melakukan perlindungan nilai terhadap potensi kenaikan harga dengan mempertahankan posisi long dalam indeks yang relevan. Selanjutnya, untuk pembeli, memiliki *forward curve* yang dapat membantu fungsi perencanaan media dan membantu biaya per akuisisi di masa mendatang (yaitu berapa banyak iklan yang harus saya tampilkan untuk mencapai n jumlah orang yang membeli produk saya atau mendaftar ke buletin saya?)

Bahkan kontrak opsi akan sangat berguna: sering kali ketika melakukan promosi ke merek potensial untuk bisnis baru, sebuah agensi akan dengan senang hati mengatakan bahwa mereka telah mengamankan slot iklan tertentu di lapangan. Dalam kasus opsi, semua agensi perlu membayar adalah premi di muka dan menerapkannya, hanya jika mereka memenangkan lemparan. Dari sudut pandang penjual, premi opsi akan menjadi sumber pendapatan lain. Tentu saja, sudah ada pasar maju dalam pembelian media. Faktanya, pasar berjangka (*forward market*) dalam pembelian media telah ada selama beberapa dekade, jauh sebelum pasar spot berkembang beberapa tahun yang lalu. Pembeli besar (merek atau agensi) akan duduk bersama penerbit cetak atau jaringan TV besar dan menyetujui kesepakatan untuk tahun yang akan datang. Pasar "dimuka" ini terus ada hingga saat ini dalam kesepakatan di mana hubungan pribadi penting atau di mana produknya disesuaikan. Jadi pasar *forward over-the-counter* ini akan selalu memiliki tempat dalam pembelian media, tetapi sebagian besar slot iklan kondusif untuk diperdagangkan di lingkungan pertukaran.

Potensi ukuran nosional kotor dari pasar turunan baik di cloud laaS atau pasar media terprogram sulit diperkirakan, tetapi ada kasus penggunaan yang jelas untuk peserta di kedua pasar ini. Baik di cloud laaS dan pasar media terprogram, fondasi teknologi untuk pasar derivatif berbasis pertukaran sedang berjalan dengan baik. Apalagi, keduanya sudah memiliki pasar maju yang berfungsi. Dengan standarisasi kontrak mulai dilakukan, tidak diragukan lagi bahwa ada peluang yang sangat besar bagi perusahaan FinTech untuk membuat tanda mereka di pasar ini.

Pertumbuhan sektor industri yang dapat dikenakan telah dibuat selama bertahun-tahun. Pada tahun 2013, judul majalah Fortune membaca “Laporan Bloomberg memperkirakan bahwa Apple dapat memperoleh pendapatan hingga \$ 3,6 miliar dengan jam tangan pintar yang sukses”. Setahun kemudian Forbes memprediksikan bahwa “industri jam tangan pintar akan tumbuh pada tahun 2014 menjadi \$ 2,5 miliar secara global. Di tahun - tahun berikutnya, industri jam tangan pintar akan terus tumbuh dengan kecepatan 3 digit. ”

Pada September 2014, CB Insights mencatat bahwa “selama 5 tahun terakhir, ruang perangkat yang dapat dikenakan telah melihat lebih dari \$ 1,4 miliar investasi untuk perusahaan baru yang dapat dikenakan dan dapat dikenakan pribadi”, menyimpulkan dalam ringkasan analisis mereka di “dapat dibayangkan bahwa 2014 mungkin tahun pertama untuk melihat lebih dari \$ 1 miliar investasi mengalir ke perangkat yang dapat dikenakan”. Pada November 2014, sekelompok analyst Morgan Stanley menulis dalam sebuah catatan: “Perangkat yang dapat dikenakan akan jauh melampaui ekspektasi pasar, dan menjadi perangkat teknologi konsumen yang paling cepat saat ini, menurut pandangan kami.”

Dan kemudian pada tahun 2015 terjadilah ledakan yang dilakukan NFC. Near Field Communication (NFC) adalah standar konektivitas nirkabel jarak pendek yang menggunakan induksi medan magnet untuk memungkinkan komunikasi antar perangkat saat disentuh bersama, atau dibawa dalam jarak beberapa sentimeter satu sama lain. Dengan Apple Smartwatch yang diluncurkan ke pasar internasional, raksasa teknologi seperti Google, Sony, Microsoft, dan LG menancapkan syempel mereka di pasar perangkat yang dapat dikenakan, dan produsen gaya hidup / gelang kebugaran seperti Jawbone, FitBit, dan Misfit menawarkan rangkaian produk yang semakin menarik, ledakan perangkat yang dapat dikenakan sudah pasti aktif. Dari minggu ke minggu, perangkat yang dapat dikenakan terus menjadi berita utama media untuk bisnis dan teknologi. Dari perusahaan global hingga perusahaan rintisan yang mengganggu - semua orang tampaknya bersaing untuk mendapatkan bagian dari kue besar yang dapat dikenakan.

Mengapa Fintech Begitu Populer

Dapat dikenakan, kata sifat, definisi kamus Oxford: “Menunjukkan atau berkaitan dengan komputer atau perangkat elektronik lain yang kecil atau cukup ringan untuk dikenakan atau dibawa pada tubuh seseorang: komputer yang dapat dikenakan dapat memantau detak jantung dan fungsi tubuh lainnya.”

Atau, dapat digambarkan sebagai: teknologi yang dapat dikenakan, dapat dikenakan, teknologi modis, perangkat yang dapat dikenakan, atau elektronik mode. Mereka adalah pakaian dan aksesoris yang menggabungkan komputer dan teknologi elektronik canggih. Desain sering kali menggabungkan fungsi dan fitur praktis, tetapi mungkin juga memiliki tujuan estetika atau kritis murni. Band gaya hidup. Jam tangan pintar. Kacamata yang bisa dipakai. Pelacak kebugaran. Kamera pakaian tubuh. Gips ortopedi yang dapat dikenakan. Monitor kesehatan. Headset realitas virtual. Penyimpanan data NFC berdering. Festival "tag anjing". Pita kontrol akses stadion. Fob kunci RFID ... Lanskap teknologi yang dapat dikenakan yang muncul seluas dan tidak dapat diprediksi seperti kebanyakan revolusi sosial-ekonomi yang dipimpin oleh teknologi.

Cakupan rangkaian produk saat ini dan kecepatan solusi baru yang dapat dikenakan yang diluncurkan di seluruh dunia tahun ini saja menjanjikan untuk mengubah cara kita menjalankan hidup kita, memantau kesehatan dan gaya hidup kita, berolahraga, belajar, bermain, menyembuhkan, dan terakhir namun tidak kalah pentingnya, bagaimana dan apa yang kita komunikasikan. Dengan prediksi analisis bisnis terbaru tentang adopsi pasar luas yang akan segera terjadi - masa depan perangkat yang dapat dikenakan menjanjikan dan kemungkinan tidak terbatas.

FinTech Solusi Perangkat yang Dapat Dipakai (Wearable)

Selama London Technology Week 2015 seseorang bertanya mengapa perangkat wearable adalah solusi FinTech. Tidak diragukan lagi, perangkat yang dapat dikenakan adalah produk teknologi, dan minat modal ventura di pasar itu adalah produk yang dapat diperbaiki, tetapi di mana tepatnya produk yang dapat dikenakan cocok dengan FinTech? Jawabannya sederhana: dengan mengaktifkan pembayaran NFC pada perangkat yang dapat dikenakan. Bayangkan bisa mengubah perangkat yang dapat dikenakan menjadi perangkat pembayaran alternatif.

Bayangkan di atas semua fitur yang sudah dimiliki perangkat wearable favorit, kami menambahkan kenyamanan "all-in-one", yaitu kemampuan membayar. Bayangkan sebuah perangkat pembayaran yang mengukur detak jantung, memonitor kadar gula, menghitung asupan alkohol, dan di atas ini mengirimkan peringatan tentang berapa banyak yang Anda habiskan dan apa pengaruhnya terhadap saldo dan tabungan Anda. Bayangkan sebuah dunia di mana sebagai konsumen Anda memiliki pilihan cara membayar menggunakan jaringan Visa, MasterCard, atau American Express yang diterima secara global dengan bentuk perangkat yang baru - tanpa perlu repot mengawasi dompet Anda, Wi-Fi diaktifkan smartphone, atau atau membawawa uang tunai didompet yang serba merepotkan.

Pembayaran NFC yang dapat dikenakan adalah solusi FinTech. Diakui, saat ini masih lebih berkembang daripada ledakan yang sepenuhnya berkembang, tetapi dengan permintaan konsumen yang terus meningkat untuk kenyamanan tertinggi, solusi yang akan segera menjadi sebesar prediksi pasar. Revolusi telah dimulai: Apple Pay di Apple Watch, kerja sama Jawbone dengan American Express untuk meluncurkan pembayaran, proposisi Pita Pembayaran Wirecard untuk wilayah UE, atau peluncuran Barclaycard bPay yang berpusat di Inggris. Belum lagi gosip pasar yang terus-menerus tentang produsen handset dan perlengkapan kebugaran yang ingin menambahkan fitur pembayaran tanpa kontak ke produk mereka yang sudah ada. Setiap bulan, layanan keuangan dan industri perbankan menugaskan bukti konsep yang berpusat pada perangkat yang dapat dikenakan, berfokus pada memungkinkan pembayaran loop terbuka ke perangkat yang lebih fleksibel.

Semua yang Selalu Ingin Anda Ketahui Tentang Produk Wearable

Solusi layanan keuangan yang inovatif selalu menjadi sensasi. Satu dekade yang lalu ketika prabayar memiliki lebih banyak lawan daripada pendukung, saya menganjurkannya sebagai contoh kemungkinan program dan kenyamanan konsumen yang tak terbatas. Itu adalah berbagai penawaran produk yang memberikan pendekatan baru untuk pembayaran, industri kartu, dan pengguna akhir. Adopsi pasar lebih lanjut terjadi berkat solusi transit (seperti Oyster di London, Inggris) dan perluasan dompet elektronik yang diluncurkan di seluruh Eropa. Sekarang ini bisnis seperti biasa, bukan solusi inovatif. Pada 2015, hype pembayaran seluler Apple Paylah yang membuat industri memikirkan kembali pendekatan pelanggan; diikuti oleh Samsung Pay - pasar lainnya akan segera menyusul.

Saya menghabiskan tahun lalu memantau pasar teknologi perangkat yang dapat dikenakan dan entah bagaimana menjadi terpicu untuk menyaksikan revolusi teknologi lain, yang memiliki potensi finansial dan sosial yang lebih besar dari yang baru saja dijelaskan. Pembayaran yang dapat dikenakan sebenarnya dapat mengubah cara kita memandang uang, layanan pembayaran, dan solusi yang didukung teknologi (semakin sering disertakan dalam Internet of Things). Perangkat yang dapat dikenakan tampak muncul dan inovatif seperti kartu prabayar dan dompet elektronik di masa lalu. Pergeseran global yang “harus dimiliki” di pasar akan terjadi atas permintaan konsumen, apakah industri menginginkannya atau tidak, karena pencarian generasi 'Z' untuk kenyamanan tertinggi berlaku penuh. Menurut Forbes, “71% dari usia 16 hingga 24 tahun menginginkan teknologi yang dapat dikenakan.” Saya telah menyaksikan secara langsung berapa banyak hambatan dan batasan yang harus diatasi pasar perangkat wearable saat ini untuk memungkinkan pembayaran pada perangkat identifikasi frekuensi radio (RFID). Ekosistem yang rumit dan rantai nilai yang terlalu rumit, yang bertujuan untuk membangun kemitraan antara handset (misalnya Samsung) atau produsen perangkat keras yang dapat dikenakan (misalnya Misfit, Fitbit, Pebble, ID&C), dan produsen semikonduktor (misalnya NXP), penyedia solusi FinTech seperti perusahaan TSM (Gemalto, Oberthur Technologies, DigiSEq Ltd), dan pemain jasa keuangan (termasuk namun tidak terbatas pada jaringan pembayaran, penerbit, manajer program, dan pengakuisisi), menghasilkan formula yang kompleks. Saya tidak bisa tidak menyimpulkan bahwa untuk benar-benar melihat tren konsumen terbesar sejak penemuan ponsel, industri harus berinvestasi dalam kolaborasi dan dialog antar pihak. Tahun ini saja, pertemuan puncak yang berpusat pada telinga di seluruh dunia menunjukkan minat yang semakin meningkat untuk terlibat.

Begitulah konsep NFC Wearables Booming "Segala Sesuatu yang Selalu Ingin Anda Ketahui Tentang Wearables" (Tapi Takut Bertanya) berbagi pengetahuan lintas industri muncul. Boom wearable NFC saat ini hadir sebagai forum grup di LinkedIn dan memberikan ikhtisar berita utama industri di PaperLi. Dalam kehidupan nyata, selama London Technology Week 2015, anggota industri FinTech dan Jasa Keuangan (FS) bertemu untuk berbagi pandangan mereka tentang booming baru-baru ini selama acara booming wearable NFC yang diselenggarakan oleh DigiSEq Ltd. Peserta internasional bertukar pandangan dengan UKM yang memberikan tinjauan komprehensif tentang keadaan industri saat ini. Sebuah pameran teknologi yang dapat dikenakan (termasuk Misfit, Boom Pay Band, dan NFC Ring) diikuti oleh wawasan dari kedua sisi pagar – FS diwakili oleh DigiSEq, Visa Collab dan Carta Worldwide dan pembuat perangkat yang dapat dikenakan NFC – ID&C dan IVS (berfokus pada jutaan pasar perangkat yang dapat dikenakan untuk stadion RFID dan solusi festival), dan diakhiri dengan diskusi panel Perangkat yang dapat dikenakan – sensasi atau peluang? Acara tersebut menggambarkan aturan lama bahwa kolaborasi adalah dasar untuk semua kemajuan.

Seperti halnya inovasi apa pun, agar boom wearable NFC dapat terus berlanjut dan memiliki tempat yang tahan lama di antara solusi FinTech, ada kebutuhan untuk kolaborasi lintas industri yang berkelanjutan. Lebih banyak perusahaan yang masuk ke dalam campuran dengan model bisnis yang inovatif dapat menawarkan pengiriman yang mulus dan/atau lebih jauh lagi ledakan teknologi.

“Masa depan pembayaran bisa dipakai. Perangkat yang dapat dikenakan adalah tren baru di bidang perangkat berbasis internet” kata Markus Braun, CEO Wirecard AG. Prototipe Wirecard, Pay Band, sudah berfungsi sebagai perangkat pembayaran NFC yang dapat dipakai. Barclaycard yang berbasis di Inggris memutuskan untuk meluncurkan kembali merek bPay mereka untuk menanggapi peningkatan minat konsumen. Mulai Juli 2015, pelanggan dapat memilih antara gelang NFC, key fob, atau stiker – yang mencerminkan apa yang terjadi di pasar perangkat NFC yang dapat dikenakan. Perangkat dapat

ditautkan ke akun apa pun dan ya, harganya sedikit lebih mahal daripada biaya kartu standar, tetapi masih jauh lebih murah daripada produk gaya hidup atau jam tangan pintar, dan dapat digunakan untuk membayar di mana pun simbol nirsentuh muncul. Perusahaan lain yang berbasis di Inggris, DigiSEq, memiliki misi untuk menjadikan inovasi hari ini sebagai bagian dari penggunaan sehari-hari di masa depan. DigiSEq dapat mengaktifkan pembayaran pada perangkat RFID apa pun.

Semakin banyak pelaku pasar yang mencari perangkat yang dapat dikenakan NFC dan hanya masalah waktu sebelum kami mengenali influencer industri nyata yang akan membentuk pembayaran pada produk-produk RFID jarak jauh.

Kemungkinan Tanpa Akhir, tetapi Dalam Batas Nirkontak

Dongeng ledakan NFC wearable harus diakhiri hanya dengan pernyataan optimis : bagaimana ini bukan hanya sensasi, tetapi juga peluang. Dan memang begitu. Teknologi yang digunakan dalam perangkat yang dapat dikenakan menjadi semakin revolusioner dan dapat diakses, perangkat yang dapat dikenakan berevolusi menjadi item yang dapat diandalkan dan harga satuan perangkat turun karena semakin banyak pesaing yang mencoba untuk memenangkan konsumen. Entri terbaru dari produk anggaran seperti Xiaomi dapat segera memastikan adopsi pasar massal secara luas. Dalam enam bulan pertama dari 2015 beberapa pemain yang dapat dikenakan seperti GoPro dan FitBit sudah memanfaatkan ledakan perangkat yang dapat dikenakan saat ini. Dunia FinTech semakin bersemangat saat teknologi yang dapat dikenakan bermekaran. Layanan keuangan sudah menghitung prediksi keuntungan dan apa yang dulunya merupakan ceruk pasar sekarang tampaknya menjadi investasi trendi konsumen yang “harus dimiliki”, usaha bisnis, dan gadget pribadi yang “harus dimiliki”.

Namun, pembayaran pada perangkat yang dapat dikenakan NFC, meskipun dapat dijalankan melalui sistem tanpa batas dan menawarkan kemungkinan faktor modis yang fleksibel, bagaimanapun juga akan selalu terbatas. Dibatasi oleh batas pengeluaran nirkontak yang bervariasi dari satu negara ke negara lain dan dibatasi oleh jaringan penerimaan pasar demi pasar dari infrastruktur terminal POS nirsentuh.

Jadi apakah ledakan NFC yang dapat dikenakan akan segera menjadi ledakan pembayaran yang dapat dikenakan NFC dan mencapai \$ 1,6 triliun pengeluaran global hanya di masa depan yang akan memberi tahu. Namun, tidak ada keraguan bahwa pada tahun 2016 ini adalah salah satu solusi FinTech yang paling menarik dan berpusat pada konsumen.

Bab 6

Modal dan Investasi

Pendahuluan

Bagian buku ini berfokus pada opsi peningkatan modal untuk bisnis FinTech dan tren investasi bagi investor ritel dan profesional. Kami meninjau tangga keuangan dari pembiayaan awal hingga pertumbuhan modal, ekuitas swasta, dan IPO dan membahas pentingnya membangun platform yang dapat diinvestasikan. Anda akan belajar tentang 'angel investment' dan mengapa penting untuk menarik uang pintar sambil juga berbagi banyak manfaat menjadi *angel investment*. Kami akan menguraikan pertumbuhan crowdfunding dan pinjaman pasar sebagai sektor FinTech terkemuka dan melihat masa depan 'wealth management' - jasa penasehat keuangan, membahas lebih mendalam tentang aplikasi robo-advisory dan model bisnis.

Anda akan mendapatkan wawasan tentang teknologi terbaru yang memfasilitasi kinerja investasi yang lebih tinggi dengan mengumpulkan dan memanfaatkan pengetahuan orang banyak, termasuk bagaimana sebuah *crowdsourced hedge fund* - sebagai pengelola investasi global - dapat beroperasi. Terakhir, kami memperluas perspektif dan melihat peluang dan tantangan mendasar dalam sektor investasi dan kekuatan pemerintah dalam menciptakan kerangka kerja yang mendukung penggalangan dana dan sektor FinTech secara global.

Dalam bab ini, kita akan membahas:

1. “Financial Ladder”: proses keuangan perusahaan yang lengkap dari pembiayaan awal hingga modal pertumbuhan, ekuitas swasta, dan keluar / IPO; dan
2. Membangun platform yang dapat diinvestasikan - masalah hukum, akuntansi, dan pajak utama yang harus diperhatikan oleh semua tim pendiri.

Pendanaan Modal Bisnis dan Laddering/Investasi

Laddering digunakan untuk menggambarkan berbagai strategi investasi yang bertujuan untuk menghasilkan arus kas yang stabil dengan merencanakan investasi secara sengaja, menciptakan aliran likuiditas pada waktu yang telah ditentukan, atau mencocokkan profil risiko yang diinginkan. Disini akan digambarkan siklus hidup perusahaan FinTech dengan memilih opsi pembiayaan dan tahap-tahap untuk menuju pertumbuhan usaha yang tinggi:

- Apa yang dimaksud dengan modal ventura, modal pertumbuhan, dan modal ekspansi? Apa perbedaan dan aspek fundamental dari masing-masing jenis pembiayaan?
- Kapan ekuitas swasta mulai berperan?
- Apa keuntungan dan kerugian dari mempublikasikan perusahaan FinTech?

Modal Ventura - Dasar-Dasar

Venture capital atau modal ventura adalah salah satu jenis investasi yang pendanaannya berbentuk penyertaan modal pada sebuah perusahaan swasta dalam kurun waktu tertentu. Wujud investasi dari jenis pendanaan ini adalah uang tunai yang diberikan pada pihak perusahaan, lalu mereka akan memberikan sekumpulan saham pada individu ataupun lembaga yang memberikan pendanaan. Risiko yang dihasilkan termasuk tinggi, namun mempunyai timbal balik atau return yang juga tinggi. Sebelum memutuskan untuk melakukan pendanaan, umumnya para investor sudah memahami bahwa perusahaan yang didanai tersebut memiliki risiko yang tinggi dan juga tidak memenuhi standar perusahaan terbuka untuk bisa memperoleh pinjaman dari pihak perbankan. Modal ventura ini umumnya berasal dari pihak investor yang sudah mapan, baik ataupun institusi keuangan yang melakukan penghimpunan dana dari beberapa pihak dengan tujuan untuk berinvestasi.

Seringkali perusahaan memulai perjalanan usahanya dengan peningkatan modal mereka menggunakan *bootstrap* (meningkatkan eksistensi tanpa meningkatkan modal) atau meningkatkan minimal untuk memulai – ini biasanya disebut “*friends and family round*”, yaitu pendanaan secara iuran antar teman dan anggota untuk memulai sebuah usaha (start up) sebagai modal awal.

Selanjutnya akan diikuti oleh *angel round* - pendana awal yang mungkin mengarah pada *seed round*, meskipun kedua istilah tersebut digunakan hampir secara bergantian sekarang. Biasanya *seed round* adalah putaran investasi yang umumnya mencapai 100 miliar. Investor *seed round* sering kali merupakan *angel investor* dengan nilai bersih tinggi, meskipun kita mulai menyaksikan peningkatan fenomena AS dari *seed round* yang dipimpin institusi. Pada tahap pengembangan perusahaan ini, investasi ini adalah uang yang paling berisiko – mungkin hanya ada sedikit tim dan ide, dengan modal awal yang

digunakan untuk mengembangkan produk. *Seed round* biasanya memiliki perlindungan investor seperti jaminan, perjanjian restriktif, dan perjanjian tertentu lainnya pada perusahaan tetapi investor biasanya tidak mengharapkan gaya perlindungan institusional yang lebih berat yang akan dibutuhkan oleh VC. Ini mengurangi proses hukum dan oleh karena itu biaya untuk mengumpulkan uang.

Perusahaan modal ventura cenderung selektif dalam memilih perusahaan yang akan menjadi target investasinya. Sebagian besar modal ventura hanya diberikan kepada industri dengan pertumbuhan yang tinggi, di mana risiko bisnisnya juga jauh lebih tinggi.

Putaran A (umumnya di wilayah 100 milyar - 1 trilyun saat ini, tetapi semakin besar) akan sering dipimpin oleh VC institusional dan wilayah akan lebih protektif dan luas daripada yang didorong oleh angel investor. Model dokumen berisi term sheet, kesepakatan pemegang saham, dan satu set artikel as sociation. Mereka bukan untuk orang yang lemah hati (perjanjian pemegang saham saja mencapai lebih dari 60 halaman) dan kompleks karena kebutuhan, sebagai perlindungan yang dituntut oleh VC untuk menjaganya (dalam keadaan sulit dan jika perusahaan menjadi bangkrut) berlapis-lapis.

Dalam perusahaan modal ventura terdapat pundi-pundi utama yang menjadi modal investasi bagi pemodal ventura. Perusahaan modal ventura umumnya mengumpulkan modal investasi dari dana pensiun, perusahaan asuransi, dana abadi, dan investor individu yang kaya.

Elemen kunci lainnya adalah:

- **Jaminan**

Ini adalah janji kontrak dari perusahaan (dan mungkin para pendiri) mengenai status urusan hukum, pajak, dan keuangan perusahaan;

- **Perjanjian yang membatasi**

Ini adalah perjanjian dari para pendiri bahwa mereka tidak akan bersaing dengan perusahaan atau melakukan hal lain yang merugikan bisnis perusahaan; dan

- **Perjanjian**

Keduanya ditemukan dalam hal positif (misalnya manajemen setuju untuk melakukan hal-hal tertentu, seperti memberikan informasi kepada investor) dan dalam negatif (misalnya manajemen setuju untuk tidak melakukan hal-hal tertentu, seperti menyimpang dari rencana bisnis yang telah disepakati).

B Rounds dan Beyond

Putaran B, putaran C, dan seterusnya sering disebut sebagai “modal ekspansi”. Pada saat perusahaan telah melewati putaran A yang sukses, semoga teknologinya mendapatkan jejak yang serius, pelanggan dimenangkan dari minggu ke minggu, dan inilah saatnya untuk meningkatkan tenaga kerja - terutama tenaga penjualan.

Di situlah modal ekspansi berperan. Modal ekspansi adalah modal yang ditempatkan beberapa perusahaan di neraca mereka untuk membantu mereka membiayai tahap ekspansi pertumbuhan mereka *Expansion capital* adalah ruang yang kompetitif bagi para VC dan pada saat perusahaan menguntungkan dan siap untuk berkembang, sekarang saatnya untuk pilih-pilih dan memilih investor dengan jaringan yang tepat dan pengalaman yang tepat untuk Anda.

Pertumbuhan Modal

Modal pertumbuhan kadang-kadang digunakan secara bergantian dengan modal ekspansi tetapi di Inggris modal ini lebih sering dimasukkan ke dalam perusahaan yang kurang berisiko yang sudah menguntungkan dan belum melalui putaran ekstensif modal ventura institusional.

Ekuitas Pribadi

Ekuitas pribadi dapat ditemukan dalam beberapa skenario berbeda, tetapi yang paling umum merupakan alternatif dari penjualan perdagangan dan modal yang digunakan untuk membeli pemilik yang ada (ganti pemilik yang mungkin juga direktur dengan tingkat manajemen baru). Rumah ekuitas swasta akan memberikan insentif kepada para manajer tersebut untuk menumbuhkan perusahaan melalui ekuitas.

Berbagai bentuk pembelian manajemen menggunakan ekuitas swasta adalah sebagai berikut:

- a. MBO - pembelian manajemen - ketika manajemen tingkat kedua yang ada menggunakan ekuitas swasta untuk membeli manajemen tingkat atas yang ada;
- b. MBI - pembelian manajemen - ketika manajemen bisnis baru datang bersamaan dengan masuknya investor ekuitas swasta untuk menggantikan manajemen lama seluruhnya; dan
- c. BIMBO - pembelian manajemen pembelian - campuran di atas di mana beberapa manajemen yang ada mungkin tetap bersama dengan manajemen baru yang masuk.

Kapan Go Public?

Dalam lima tahun terakhir, pasar modal belum beroperasi di Eropa seperti yang kita inginkan, tetapi minat investor publik dalam FinTech telah meningkat pesat, dan dengan *alternative investment market* (AIM), yang baru segmen pertumbuhan tinggi di Bursa Efek London dan pasar utama itu sendiri melonggarkan, pasar publik tentu saja menjadi pertimbangan bagi perusahaan. Sementara banyak perusahaan FinTech belum cukup siap untuk go public, saya pikir kita akan melihat sejumlah besar IPO FinTech selama lima tahun ke depan.

Pasar publik adalah minat khusus bagi perusahaan yang memiliki tingkat konsumen yang menghadapi elemen kepada mereka - jika permintaan merek dapat ditingkatkan melalui IPO dan itu dapat dikaitkan dengan peningkatan modal dan menciptakan peristiwa keluar untuk beberapa sebelumnya. Investor pangung (tanpa pendiri kehilangan kendali perusahaan), IPO bisa menjadi win-win bagi perusahaan, manajemen, dan investor.

Namun, berhati-hatilah para pengusaha: perjalanan hidup seorang CEO perusahaan publik, dengan semua roadshow investor dan pertimbangan dan penyusunan *corporate governance* - aturan tata kelola perusahaan, tentu saja bukan untuk semua orang mampu. Mereka yang menyukai ruang rapat tertutup, sentuhan kamahiran manajerial dengan tata kelola yang masih kurang baik, sering kali lebih memilih untuk mengumpulkan modal secara pribadi (untuk membangun dan mencapai arah penjualan perdagangan).

Membangun Platform yang Dapat Diinvestasikan

Memiliki ide terbaik di dunia tidak berarti Anda akan membangun perusahaan terbaik di dunia. Aturan hukum, perangkat pajak yang harus dihindari, dan masalah akuntansi utama semuanya perlu disatukan untuk menciptakan platform yang dapat diinvestasikan. Laju hingar bingar perusahaan rintisan FinTech

berarti posisi pajak perusahaan dan pendiri dapat dengan mudah diabaikan. Mendapatkan dokumen dengan benar sejak awal sangatlah penting. Bagian dari itu adalah melibatkan tim penasihat yang tepat, tetapi semua tim manajemen perlu mengetahui masalah akuntansi, hukum, dan pajak utama yang ingin dilihat oleh investor institusional sebelum mereka berinvestasi.

Waspadalah terhadap Taxman

Pada jalan keluar yang memberikan pengembalian yang mungkin diharapkan pengusaha FinTech, menertibkan rumah Anda sejak hari pertama dapat berarti, setidaknya di sini di Inggris, perbedaan antara tagihan pajak 10% dan tagihan pajak lebih dari 45%. Tidak hanya itu, tetapi tagihan pajak akan datang di akhir, bukan sebagai kejutan buruk pada tahap awal siklus pertumbuhan. Nama permainannya adalah untuk memastikan bahwa semua keuntungan diperlakukan sebagai keuntungan modal daripada pendapatan, yang dikenakan pajak lebih hukuman.

Saham Pendiri

Titik awalnya adalah bagi para pendiri bisnis untuk memasukkan perusahaan dan menerbitkan saham untuk diri mereka sendiri dalam alokasi yang telah disepakati di awal. Masalah saham akan membutuhkan rapat dewan direksi, penerbitan sertifikat saham, dan yang terpenting memasukkan nama pendiri dalam daftar pemegang saham perusahaan. Situasi yang harus dihindari adalah meninggalkan formalitas ini hingga putaran investasi pertama. Pada saat itu, perusahaan akan memiliki nilai, yang artinya petugas pajak boleh mengatakan bahwa dia menginginkan pajak penghasilan atas nilai saham yang dikeluarkan kepada pendiri karena mereka adalah karyawan. Uang itu tentu saja belum ada. Bergantung pada hak yang dimiliki saham, mungkin perlu bagi para pendiri untuk menandatangani apa yang disebut pemilihan pasal 431 untuk memastikan semua hasil keluar dikenakan pajak capital gain dan bukan pajak penghasilan.

Opsi Berbagi Manajemen

Jika semuanya berjalan dengan baik, maka tim pendiri mungkin ingin membawa masuk dan memberi insentif kepada talenta baru. Penerbitan saham gratis kepada tim manajemen akan menimbulkan pajak penghasilan atas nilai saham ketika mereka bergabung dan mereka mungkin tidak memiliki uang untuk membayar saham tersebut. Jauh lebih baik memberi mereka opsi saham EMI yang memiliki harga kesepakatan nilai pasar. EMI adalah singkatan dari "*Enterprise Management Incentives*"- insentif manajemen perusahaan, pengaturan opsi saham yang dirancang khusus untuk menyediakan alat yang ampuh untuk rekrutmen dan penghargaan karyawan di perusahaan yang sedang berkembang. Mereka dibebankan turbo dari sudut pandang pajak: tidak ada pajak di muka dan tidak ada pajak ketika opsi ditukar dengan saham, dan asalkan setahun telah berlalu sejak karyawan diberi opsi EMI, hanya pajak 10% ketika saham akhirnya dijual.

6.2

Mendanai Perusahaan Lewat "Smart Money"

"Angel round" merupakan pendanaan putaran ini diberikan oleh investor individu, kelompok investor individu, rekanan, atau keluarga dalam jumlah kecil di awal pendirian startup – kebanyakan bisa disamakan dengan pre-seed funding. Oleh karena itu, setiap perusahaan FinTech membutuhkan 'malaikat' yang hebat yang mendukung mereka sepenuhnya. Bab ini membantu para pemimpin

keuangan dan teknologi untuk mengetahui bagaimana mereka dapat memperoleh keuntungan secara pribadi dengan menjadi 'angel investor' sang pemberi dana yang dianggap seperti 'malaikat' dalam pengembangan FinTech.

Jadi, bagaimana Anda secara pribadi bisa mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan sektor FinTech yang sangat besar? Dua pilihan utama adalah menjadi pengusaha yang mencoba membangun kisah sukses FinTech berikutnya atau menjadi angel investor FinTech. Sebagai angel investor, Anda menginvestasikan dana pribadi untuk membantu wirausahawan FinTech terbaik membangun bisnis mereka untuk menjualnya atau go public beberapa tahun kemudian untuk mendapatkan keuntungan yang lebih bagus.

Perusahaan paling berharga dari sektor keuangan masa depan sedang dibentuk hari ini dan jika hanya berinvestasi melalui pasar saham ke saham dan dana yang terdaftar secara resmi, peluang ini tidak akan tersedia bagi Anda. Investor swasta dapat menjadi bagian dari perjalanan dari awal dengan menyediakan banyak modal yang dibutuhkan untuk perusahaan rintisan dan usaha kecil menengah (UKM) terbaik.

David S. Rose, pendiri New York Angels, merangkumnya dengan sangat baik dengan memberikan contoh berikut:

“Bentuk investasi ini bisa sangat menguntungkan. Ketika Ben Silberman mendekati New York Angels pada April 2009, mencari investasi kecil dalam ide katalog seluler interaktifnya, dia menghargai perusahaannya sebesar \$2,5 juta. Hari ini, lebih dari empat tahun kemudian [2013], Pinterest bernilai \$3,8 miliar – meningkat 152.000 persen.”

Jadi investor 'malaikat' yang mendukung putaran pendanaan awal telah melakukannya dengan sangat baik. Pada tahun 2015 Pinterest Inc. mengumpulkan \$367 juta, memberikan situs online penilaian sebesar \$11 miliar dan menjadikannya salah satu perusahaan rintisan paling bernilai tinggi oleh pemodal ventura di dunia..

Jadi bagaimana Anda bisa terlibat, bagaimana Anda bisa menjadi angle investor? Dua prinsip utama harus diterapkan - pertama hanya berinvestasi pada apa yang Anda ketahui dan kedua, mengerti bahwa investasikan uang yang anda lakukan bisa saja hilang. Sama halnya dengan crowdfunding, tidak ada jaminan bahwa Anda akan mendapatkan kembali investasi Anda. Banyak investor HNW sering menggunakan aset strategi alokasi ketika membangun investasi mereka portofolio yang mungkin terdiri dari portofolio inti investasi pasif (misalnya pertukaran dana yang diperdagangkan) dalam kombinasi dengan berbagai investasi satelit seperti properti, hedge fund, ekuitas swasta, dan komoditas. Kuncinya adalah jangan pernah menaruh semua telur Anda dalam satu keranjang - pelajaran yang kita semua pernah dengar sebelumnya.

Jadi, di mana angel ivestement yang tepat? Yang membedakan angel investro yang sukses dari yang lain adalah kecintaan mereka pada industri tertentu karena pengalaman dan keterampilan mereka sebelumnya. Seringkali semangat dan keahlian domain ini mendorong dan memberdayakan mereka untuk memilih pemenang. Malaikat pintar pasca investasi suka berperan aktif dalam menyukseskan perusahaan dengan melakukan segala daya untuk membantu perusahaan tumbuh. Itulah mengapa semua pengusaha FinTech membutuhkan para angel mereka! 'Malaikat' FinTech sering kali berasal dari

sektor jasa keuangan dan / atau teknologi yang menggabungkan keahlian domain yang mendalam di bidang ritel, tingkat perusahaan, perbankan investasi, manajemen aset, manajemen kekayaan pribadi, atau perbankan transaksi dengan pemahaman teknologi dan keingintahuan untuk mengeksplorasi teknologi baru seperti inovasi rantai blok, misalnya. Jadi, di mana angel investor mendapatkan keuntungan terbaik? Sangat sedikit statistik yang ada dan banyak yang sudah usang. Namun satu survei baru-baru ini tentang malaikat bisnis diterbitkan di Inggris, menampilkan tanggapan dari 403 malaikat, dan menarik data dari sindikat malaikat dan jaringan yang terdiri dari 8.000 investor individu, berjudul “*A Nation of Angels*” yang berbagi rincian terbaik mereka- dan investasi berkinerja terburuk.

Teknologi keuangan menjadi yang teratas dengan FinTech sebagai sektor yang paling menguntungkan untuk investasi malaikat, memberikan pertumbuhan tertinggi dibandingkan dengan industri lainnya. Laporan tersebut juga menemukan bahwa para investor tahap awal ini semakin muda di Inggris, lebih banyak perempuan, dan semakin cenderung memilih perusahaan di luar wilayah lokal mereka . Pada tahun 2008, usia rata-rata investor malaikat Inggris adalah 53. Pada 2015, 44% investor malaikat Inggris berusia di bawah 45 tahun, dan hampir tiga perempatnya berusia di bawah 54 tahun.

Proporsi angel investor wanita berdiri di 14%, naik dari hanya 7% pada tahun 2008. Munculnya jaringan investor kaya khusus wanita telah membantu kesenjangan gender sedikit menyempit, tetapi Inggris masih tertinggal di belakang AS di mana 20% dalam hal investor wanita super kaya. Oleh karena itu, sektor FinTech membutuhkan lebih banyak angel investor dan lebih banyak perempuan untuk bergabung guna memastikan bahwa perusahaan terbaik mendapatkan pendanaan.

Jadi, bagaimana Anda menjadi angel investor? Apa saja area utama yang harus Anda waspadai saat mulai berinvestasi?

- **Diversifikasi adalah raja**

Di antara investor swasta dan VC, sering kali diharapkan bahwa setidaknya setengah dari investasi mereka akan gagal, sehingga dari 10 investasi, Anda akan berasumsi bahwa setidaknya lima akan gagal, tiga hingga empat mungkin mengembalikan investasi awal, dan satu akan gagal. pemenang besar, di mana jalan keluarnya begitu luar biasa sehingga mengkompensasi semua kerugian. Dengan demikian Anda mengandalkan 10% dari portofolio Anda untuk memperoleh pengembalian yang cukup, sehingga pengembalian portofolio secara keseluruhan menarik.

Masalah bagi investor adalah bahwa tidak ada yang tahu siapa pemenangnya dan oleh karena itu berinvestasi pada perusahaan tahap awal adalah permainan angka. David Rose meringkasnya sebagai berikut: “Beberapa studi dan simulasi matematika telah menunjukkan bahwa dibutuhkan investasi dalam jumlah yang sama uang secara konsisten di setidaknya 20 sampai 25 perusahaan sebelum pengembalian Anda mulai mendekati pengembalian tipikal lebih dari 20% [per tahun] untuk investor malaikat aktif dan profesional “

- **Memahami siklus hidup investasi / tangga keuangan dari sebuah perusahaan rintisan**

Investasi "malaikat" biasanya datang setelah teman dan keluarga dan sebelum pendanaan VC dan biasanya difokuskan pada jumlah antara 500 juta dan 1 milyar.

Namun, garis-garis ini kabur seperti yang telah kita lihat melalui FINTECH Circle, jaringan angel pertama di Eropa yang secara eksklusif berfokus pada peluang FinTech, di mana kami berinvestasi bersama dengan VC tahap awal selama 2015. Anda juga perlu menyadari bahwa setiap perusahaan yang sukses akan membutuhkan lebih banyak uang untuk tumbuh dan taruhan Anda akan dicairkan kecuali Anda dapat bergabung dalam putaran selanjutnya.

- **Dealflow adalah kunci untuk mengidentifikasi peluang berpotensi tinggi**

Semakin baik arus transaksi Anda, semakin besar kemungkinan Anda untuk memenangkan kompetisi bisnis. Oleh karena itu, strategi terbaik adalah menyelaraskan dengan investor yang berpikiran sama dan menjadi terkenal di pasar sehingga perusahaan FinTech terbaik mendekati Anda sebelum mendekati orang lain. Paling sering angel investor bergabung dengan sindikat di mana angel menggabungkan pengetahuan dan keahlian mereka dalam mengevaluasi perusahaan dan kemudian berinvestasi bersama. Tanpa arus kesepakatan yang baik, Anda dapat menjadi pemilih saham terbaik tetapi itu tidak akan membantu karena peluang yang Anda lihat terbatas.

- **Top angel akan memberikan “uang pintar”**

Ketika perusahaan mulai tumbuh, mereka tidak hanya membutuhkan uang, tetapi juga mentor / penasihat (yang minatnya selaras dengan para pendiri) untuk membantu mereka mengembangkan bisnis. Bantuan ini dapat berarti memperkenalkan mereka pada kontak dan jaringan calon mitra dan pelanggan Anda. Ini bisa berarti membantu mereka untuk memvalidasi asumsi bisnis yang penting, menyediakan sumber daya (yang tidak dapat mereka akses) atau membantu mereka dengan proposisi nilai dan model bisnis untuk mencapai kesesuaian produk / pasar. Menjadi bidadari adalah kesempatan yang bagus untuk menjadi investor dan mentor / pendukung perusahaan rintisan yang Anda dukung. Anda ada di pihak mereka dan mereka tahu itu.

- **Angel Investment bersifat pribadi**

Sebagai investor, Anda perlu mendukung tim pendiri dengan sepenuh hati, yang biasanya berarti Anda harus menyukai mereka, memercayai mereka, dan percaya pada mereka untuk melaksanakan rencananya. Anda akan ingin menghabiskan waktu dan energi dengan firma FinTech Anda kembali untuk memahami latar belakang mereka dan jika mereka memiliki apa yang diperlukan untuk berhasil. Angel investment membutuhkan waktu untuk membangun hubungan di kedua sisi karena sama pentingnya bagi wirausahawan untuk merasa nyaman dengan investor mereka. Seorang pengusaha FinTech terkenal pernah mengatakan kepada saya bahwa dia tidak mengambil investor yang tidak dia sukai untuk diajak makan siang. Ini sangat masuk akal - berinvestasi sebagai investor swasta seperti sebuah pernikahan yang tidak dapat Anda atau pengusaha tinggalkan dengan mudah.

- **Mengevaluasi pitch, presentasi, dan teknologi mereka.**

Dokumen kunci yang sering dilihat investor adalah ringkasan eksekutif (itu adalah dokumen penting karena jika itu tidak menjual peluang, investor tidak akan melihat lebih jauh), dek investor, rencana bisnis, atau prakiraan finansial. Oleh karena itu, penting untuk menghabiskan waktu mempersiapkan dek investor yang kami miliki dan juga membuatnya menarik secara visual. Kesan pertama dihitung di atas kertas, hanya, dan secara pribadi. Untuk menilai solusi teknologi yang diusulkan, angel akan memanfaatkan keahlian mereka sendiri dan jaringan kontak industri yang relevan.

Sekarang mari kita asumsikan Anda telah menemukan perusahaan Fintech yang hebat di *Angel Network Event*, bertemu langsung dengan para pendiri, sangat menyukai mereka dan produk mereka, mendiskusikan promosi mereka dengan angel FinTech lain yang juga ingin mendukungnya dalam bentuk sebuah sindikat malaikat yang saling melengkapi (dalam hal keahlian gabungan dan jaringan yang tersedia di seluruh layanan keuangan dan teknologi), dan sekarang Anda ingin melangkah lebih jauh.

Fase selanjutnya disebut “*due diligence*”, di mana penting untuk mengeksplorasi detail dari tim manajemen, produk / layanan dan praktik sampai saat ini, ukuran pasar dan peluang untuk ekspansi global, rute ke strategi pasar, kompetitif keuntungan, dan opsi keluar. Uji tuntas bisa dilakukan bersama atau satu penyandang dana 'sang angel' bisa memimpin.

Langkah sulit berikutnya adalah menyetujui penilaian. Biasanya perusahaan FinTech akan memiliki ide tentang penilaian mereka dan tentang berapa banyak uang yang mereka cari. Ini biasanya akan menjadi bagian dari presentasi singkat yang disediakan untuk investor malaikat. Namun penilaian tidak pernah ditetapkan dan dapat dinegosiasikan dengan mempertimbangkan:

- Metrik kompetitif, yaitu berapa nilai perusahaan FinTech lain di vertikal ini pada tahap pengembangan ini ?
- Apa ekspektasi pertumbuhan dan penilaian untuk perusahaan di masa depan?
- Berapa banyak yang mampu Anda investasikan dengan mempertimbangkan akun yang Anda inginkan untuk membangun portofolio malaikat yang terdiversifikasi dan saham ekuitas apa yang Anda inginkan sebagai imbalan?

Ini jelas bukan daftar lengkap karena buku telah ditulis tentang topik penilaian, yang merupakan kombinasi sulit antara sains dan seni terutama untuk pemula.

Proses negosiasi sekali lagi merupakan kesempatan untuk membahas lebih detail tentang kepemimpinan perusahaan, dan membahas pertanyaan penting dalam hal kontrol dan pengambilan keputusan, termasuk perlindungan bagi pemegang saham minoritas, semua dirangkum dalam “perjanjian pemegang saham” yang penting. Selain itu, ada dokumen lain yang harus ditandatangani tergantung di negara mana Anda berada, sebuah proses yang bisa sangat kompleks dan melelahkan bagi pengusaha FinTech yang selalu merasa lega ketika proses penggalangan dana selesai karena hal itu mengganggu perhatian bisnis yang mereka jalankan.

Setelah investasi, tujuan utama smart angels adalah menambah nilai bagi perusahaan FinTech mereka. Dengan asumsi bahwa Anda adalah angel investor dengan keahlian domain yang hebat di beberapa bidang layanan keuangan seperti ritel, perbankan korporasi atau investasi, manajemen aset, manajemen kekayaan pribadi, perbankan transaksi / pembayaran, atau teknologi mata uang kripto / blockchain, kontak dan pengalaman Anda sebelumnya akan sangat berharga bagi para pendiri dan Anda harus mencoba membantu mereka di mana pun Anda bisa.

Terakhir, manfaat yang sangat penting dari investasi malaikat adalah non-moneter - menjadi angel investor yang aktif itu menyenangkan. Akan sangat bermanfaat untuk bertemu dengan wirausahawan yang menginspirasi, membimbing dan membimbing mereka, secara aktif berpartisipasi dalam perjalanan mereka, merasakan kegembiraan ketika segala sesuatunya berjalan dengan baik, dan mencoba

menemukan solusi ketika tantangan terjadi. Membuat portofolio angel investment FinTech Anda akan menjadi pengalaman yang luar biasa. Ini adalah kewirausahaan tanpa tanggung jawab dan membantu Anda mengikuti teknologi dan tren yang paling mengganggu dan memuaskan untuk dapat memberi kembali. Di sana pasti ada sisi sosial dari angel investment. Bagi investor yang ingin berinvestasi di perusahaan rintisan FinTech tetapi tidak punya waktu untuk menjadi pendonor modal aktif atau mungkin tidak diizinkan untuk memilih investasi mereka sendiri (karena mungkin ada konflik kepentingan dengan pekerjaan harian mereka), tersedia dana khusus yang fokus pada investasi ke perusahaan FinTech. Angel yang ada dalam lingkaran FINTECH menghadiri acara start-up dan pendidikan yang hebat, diundang untuk membimbing wirausahawan FinTech terbaik, dan ditantang dan dirangsang secara intelektual yang membantu melihat masa depan keuangan dan secara pribadi mendapatkan keuntungan dari revolusi FinTech. Anda dan jaringan angel yang ada dapat menemukan start-up FinTech terbaik, meletakkan dasar untuk kesuksesan masa depan mereka!

6.3 Pasar Modal Online Sebagai Aset Baru Dalam Mengakses Pendanaan

Pasar modal online adalah platform FinTech yang memfasilitasi penggalangan dana dengan mengakses “uang orang lain”.

Sehubungan dengan kategori keuangan internet ini, portal crowdfunding ekuitas mengganggu pasar modal ventura (VC) karena memungkinkan investasi langsung ke perusahaan swasta baru, dan platform pinjaman peer-to-peer (P2P) mengganggu pasar perbankan dengan memfasilitasi pendanaan untuk usaha kecil dan menengah (UKM). Mode baru penyatuan dan sekuritisasi kapita saat ini juga sedang diperluas ke bidang-bidang seperti perdagangan faktur dan investasi real estat. Di hadapan mereka, jenis investasi ini dapat memberikan peluang bagi individu dan pemilik aset serta manajer untuk membuat alokasi portofolio yang berpotensi tidak berkorelasi. Secara bersamaan, bentuk keuangan alternatif ini memungkinkan para pencetus untuk mensindikasi eksposur risiko neraca, dan UKM dan pengusaha pengambil risiko, termasuk perusahaan FinTech lainnya, untuk mendanai inovasi dan menciptakan lapangan kerja.

Potensi pertumbuhannya luar biasa. Laporan Goldman Sachs tahun 2015 berjudul Socialization of Finance menyebut crowdfunding "berpotensi paling mengganggu dari semua model keuangan baru". Bank Dunia memperkirakan bahwa investasi crowdfunding di negara berkembang saja dapat mencapai US \$ 96 miliar per tahun pada tahun 2025. Perusahaan modal ventura Foundation Capital, yang portofolionya mencakup kepemilikan saham di Klub Pinjaman yang mengadakan IPO teknologi AS terbesar tahun 2014, menegaskan bahwa pinjaman pasar adalah AS \$ 1 triliun pasar.

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika perdebatan telah dimulai mengenai apakah pasar modal online semacam itu menciptakan kelas aset investasi baru. Tetapi apakah sektor tersebut memiliki bahan penting untuk menciptakan satu atau lebih kelas aset yang berkelanjutan?

Dasar Pasar Modal Global Modern

Kunci integritas semua pasar modal dan bursa yang berusaha memanfaatkan "uang orang lain" adalah kepercayaan yang disyaratkan dalam kualitas transparansi / pengungkapan penggalangan dana dan uji tuntas penjaga gerbang / analisis peringkat kredit independen.

Menjelang pembentukan Undang-Undang Sekuritas AS tahun 1933 dan Undang-undang Bursa Efek tahun 1934, yang menjadi dasar regulasi pasar modal modern secara global, Hakim Agung AS Louis D. Brandeis menyindir dengan terkenal:

"Sinar matahari dikatakan sebagai disinfektan terbaik; lampu listrik adalah polisi yang paling efisien."

Prinsip di balik Paradigma Pengungkapan (*Disclosure Paradigm*) cukup mudah: perseroan terbatas secara historis diciptakan untuk mencari "uang orang lain" untuk perusahaan berisiko tinggi dan pertumbuhan tinggi (seperti ekspedisi dagang ke Timur) ketika pemberi pinjaman tradisional tidak mau memberikan kredit. Sebagai imbalan atas bagian keuntungan yang proporsional, para pemodal diwajibkan untuk secara yodik mengungkapkan semua informasi material yang berkaitan dengan kondisi keuangan dan kinerja operasi mereka untuk memungkinkan investor membuat keputusan investasi mereka untuk membeli, menjual, menahan, dan memberi harga sekuritas tersebut. Pengungkapan tersebut harus lengkap dan tidak boleh menyesatkan atau mengandung kelalaian material.

Atas dasar ini, keluarga kaya pertama, dan kemudian investor institusional mengikuti munculnya sistem pensiun dan polis asuransi, dan akhirnya investor berpengalaman yang dengan santai bermain pasar (*moms and pops*) yang lebih biasa, dapat berinvestasi dan memperdagangkan, secara langsung atau tidak langsung, dalam sekuritas ini. Kelas aset baru ini termasuk investasi dalam saham perusahaan publik yang terdaftar di bursa saham, obligasi pemerintah dan korporasi, serta di perusahaan swasta melalui VC dan perusahaan ekuitas swasta.

Paradigma Pengungkapan telah terbukti menjadi mekanisme kebijakan perlindungan investor yang relatif hemat biaya. Ini secara implisit bergantung pada penilaian kritis para profesional pasar modal mengenai informasi apa yang merupakan materi yang harus diungkapkan kepada kelas investor yang berbeda, tergantung pada tingkat kecanggihan keuangan yang mereka asumsikan. Platform yang memanfaatkan investasi ritel dengan demikian membutuhkan lebih banyak pengungkapan dan perlindungan investasi daripada investor institusional dan kreditor. Penegakan hukum terkait kekurangan apa pun dilakukan melalui tindakan hukum dan / atau litigasi pribadi, tergantung pada yurisdiksinya.

Dengan demikian, profesionalisme seluruh staff dan jajaran pemanku jabatan di pasar modal baik eksternal (seperti bursa saham, bankir investasi, pengacara, auditor, dan lembaga pemeringkat kredit) maupun internal (direktur dan pejabat seperti para CEO, sekretaris perusahaan, penasihat umum, dan HRD), serta melek finansial investor yang memadai, sangat penting untuk fungsi yang efisien dan integritas pasar modal global kita.

Krisis Keuangan Global Akibat Regulasi, Hukuman, dan Hilangnya Kepercayaan

Krisis keuangan global 2008, yang dipicu oleh faktor-faktor termasuk mis-selling yang meluas dari sekuritas yang didukung subprime mortgage, mengakibatkan gelombang awal regulasi kehati-hatian yang berfokus pada risiko sistemik, stabilitas keuangan, dan tingkat permodalan untuk menangani lembaga keuangan yang dianggap “terlalu besar untuk gagal”. Tsunami legislasi dan regulasi menyusul. Misalnya, US Dodd - Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act terdiri dari 849 halaman yang memecahkan rekor dan 396 persyaratan pembuatan aturan yang diperkirakan oleh Brown Brothers Harriman akan berjumlah lebih dari 25.000 halaman saat diselesaikan. Pada bulan Maret 2014, Jaksa Agung AS Eric Holder mengklarifikasi bahwa “tidak ada yang namanya terlalu besar untuk dipenjara”. Sejak itu, beberapa bank global telah diadili dan mengaku bersalah atas tuduhan kriminal seperti penghindaran pajak, pelanggaran sanksi AS, dan manipulasi pasar mata uang. Berdasarkan penelitian CCP Research Foundation, biaya risiko perilaku bank (termasuk ketentuan) untuk 2010-2014 telah meningkat menjadi lebih dari £200 miliar, dengan biaya termasuk kesalahan, kesalahan penjualan, dan penipuan. Pada saat yang sama, regulator sekuritas semakin fokus untuk memastikan pengungkapan yang efektif dengan berkomunikasi dengan dan mencerahkan investor dalam bahasa sederhana, daripada mengaburkan risiko dengan boilerplate yang banyak dan bahasa berulang yang muncul dari mentalitas “kepatuhan belaka”.

Mengambil Risiko sebagai Fokus Inti Baru dari Regulasi dan Pengawasan Keuangan

Setelah skandal manipulasi suku bunga Libor, Komisi Gabungan Parlemen Inggris tentang Standar Perbankan menerbitkan laporan tahun 2013, *Changing Banking for Good*. Di seluruh dunia, fokus tingkat tinggi dari para bankir sentral dan regulator sekuritas, mulai dari Otoritas Perilaku Keuangan Inggris dan Bank Federal Reserve AS hingga Komisi Sekuritas dan Berjangka Hong Kong, telah bergeser ke aspek budaya dan etika lembaga keuangan untuk mengatasi persepsi “pergeseran etis” yang memunculkan peningkatan risiko perilaku. Regulator sekarang mengharapkan manajemen yang lebih besar dan akuntabilitas individu untuk pelanggaran.

Proposal untuk kode etik di seluruh industri sedang mengumpulkan tenaga, seperti Belanda yang mewajibkan sumpah bankir dan Dewan Standar Pasar Mata Uang dan Komoditas Pendapatan Tetap (FICC) yang diusulkan dalam Tinjauan Pasar yang Adil dan Efektif Bank of England baru-baru ini. Inisiatif sukarela berlimpah, termasuk inisiatif Perbankan dan Sumpah Keuangan Australia, Dewan Standar Perbankan Inggris, dan Dewan Profesional Layanan Keuangan Malaysia. Inisiatif Sumpah MBA yang berasal dari mahasiswa Harvard menunjukkan pentingnya ditempatkan oleh milenium dalam mengejar karir dengan tujuan dan kontribusi positif. Namun tantangan terbesar ke depan terletak pada “menghidupkan” dan mengoperasionalkan kode dan sumpah tersebut untuk mempromosikan profesionalisme dalam melayani klien dan sebagai bagian dari masyarakat.

Mempercepat dan Mengatur Pasar Modal Online yang Berkembang Pesat

Para pendukung crowdfunding, pasar pendanaan, dan penggalangan dana baru lainnya model platform bisnis harus sama menjadi willi ng dan mampu memancarkan tingkat trustwo rthiness dalam proses dan mereka standar. Ini terutama benar pada saat status hukum mereka mungkin suram. Jika tidak, krisis akan muncul dan ketidakpercayaan pada industri yang sedang berkembang dapat mengakibatkan bentuk peraturan perlindungan investor yang dapat secara berlebihan menghambat pertumbuhan sektor yang baru lahir tersebut. Dan persyaratan untuk memancarkan kepercayaan ini berlaku untuk platform itu sendiri serta aktor ekosistem yang muncul.

Sementara itu, perkembangan berlangsung pesat karena kecepatan ini berkembang pesat. Di Inggris dan AS, lingkungan suku bunga rendah yang sedang berlangsung telah menyebabkan investor institusional menjadi pemberi pinjaman pasar yang dominan. Pada saat yang sama, pasar "IPO swasta" telah melihat pertumbuhan eksplosif dengan perusahaan unicorn senilai US \$ 1 miliar ditambah penilaian pra-IPO dilaporkan melebihi nilai dari semua IPO teknologi yang didukung VC di tahun ini - ini menunjukkan hal yang luar biasa paling menarik untuk dapat berinvestasi di perusahaan swasta yang bisa menjadi Google atau Facebook berikutnya.

Ironisnya, pasar modal online telah mencapai tingkat demokratisasi yang lebih besar dalam partisipasi investor ritel di negara-negara seperti China, yang menurut Wangdaizhijia memiliki setidaknya lebih dari 1.500 platform P2P yang beroperasi pada akhir tahun lalu. Beberapa alasan untuk ini termasuk penawaran kompetitif mereka dibandingkan dengan bank milik negara lama, dan penetrasi broadband seluler yang tinggi yang membantu menciptakan budaya transaksi online yang kuat melalui raksasa internet Alibaba dan Tencent. Kenaikan luar biasa dari pasar saham A-share China sejak akhir tahun lalu juga telah menarik minat para wirausahawan dan investor individu sehubungan dengan penggalangan dana dan kemungkinan penciptaan kekayaan yang cepat yang dapat disediakan oleh pasar modal. Namun, gelembung hari ini dapat menyebabkan mentalitas kawanan, kesalahan penetapan harga risiko, peningkatan jumlah spekulasi, penurunan kualitas aset penawaran, dan tekanan untuk mengambil jalan pintas. Itu, pada gilirannya, dapat menyebabkan air mata hari esok.

Pendidikan profesional untuk Iklan vancement dari Online Modal Marketplace Ekosistem

Menurut TrustBarometer 2015 dari Edelman, layanan keuangan tetap menjadi industri yang paling tidak tepercaya secara global. Hilangnya kepercayaan publik inilah yang pada kenyataannya telah membantu FinTech untuk muncul dan dengan cepat mendapatkan daya tarik selama beberapa tahun terakhir. Pelajaran penting yang harus dipelajari oleh peserta keuangan internet dari perkembangan fokus regulasi layanan keuangan adalah pentingnya reputasi dan memperkuat profesionalisme sebagai mekanisme pengaturan mandiri untuk membantu mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan regulator. Penelitian akademis dari *Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching* mengidentifikasi tiga elemen penting dalam formasi profesional: kedokteran profesional, keterampilan analitis, dan pengetahuan praktis. Dalam kaitannya dengan pasar modal, ini berarti menumbuhkan nilai inti dan peran partisipasi dalam menangani "uang orang lain" dan mendanai pertumbuhan ekonomi riil. Ini juga berarti mengasah keterampilan profesional dalam menyuarakan nilai-nilai tersebut dalam

menghadapi dinamika organisasi, tekanan persaingan, dan kompleksitas dalam menyikapi asimetri informasi yang sistemik.

Pembuat kebijakan dan pelaku industri akan dan harus terus memperdebatkan sejauh mana partisipasi ritel di pasar modal online harus diperluas melampaui investor terakreditasi dan profesional. Pendekatan yang berbeda akan muncul, seperti yang dapat dilihat dari batasan tahunan Malaysia pada partisipasi crowdfunding setiap individu ke lisensi portal crowdfunding US JOBS Act. Baru-baru ini *Australian Securities and Investment Commission* penciptaan sebuah hub inovasi adalah ide bagus untuk memungkinkan berkelanjutan dialog stakeholder dan kecil piloting skala model bisnis baru. Industri juga bisa mendapatkan keuntungan dari pedoman praktik yang bukan hanya daftar periksa untuk pengungkapan minimum. Pada akhirnya, pasar modal yang berkualitas bergantung pada uji tuntas kualitas dan pengungkapan kualitas. Profesionalisme ahli FinTech dan pendidikan investasi dari bentuk investasi baru ini dan risikonya sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan menghindari regulasi dan penuntutan yang berlebihan. Hal ini telah diakui oleh berbagai prakarsa industri seperti Kode Perilaku yang baru-baru ini diperbarui dari *European Crowdfunding Net work* untuk platform dan Piagam Hak Crowdfunding baru untuk pengguna. Lebih banyak yang bisa dan harus dilakukan. Hanya dengan begitu pasar modal mungkin hanya memenuhi janjinya untuk memfasilitasi kelas aset investasi baru dan berkelanjutan yang menguntungkan investor dan pengusaha, dan untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi riil secara hemat biaya untuk melayani masyarakat kita yang lebih luas.

6.4

Perbankan Digital Untuk Perdagangan Sosial Hingga Pribadi

Pada pertengahan 1990-an, industri reksa dana memperkenalkan biaya distribusi untuk memberi penghargaan kepada mitra distribusi mereka yang mempromosikan reksa dana mereka sendiri kepada investor swasta. Penurunan margin untuk reksa dana sangat besar. Reksa dana yang pada saat itu mengenakan biaya pengelolaan sebesar 1% tiba-tiba harus membayar secara berulang setengah dari biaya pengelolaan kepada distributor, yang menjual dana tersebut kepada klien.

Ini menurunkan margin penyedia produk setidaknya setengahnya. Ini menandai titik awal perkembangan pasar yang negatif bagi produsen produk, dan terutama investor dalam produk ini, yang mendukung distributor produk. Klien dari waktu ke waktu membayar tagihan melalui biaya manajemen yang lebih tinggi, karena produsen produk menaikkan biaya manajemen mereka, dan dengan demikian membebankan biaya distribusi yang lebih tinggi, karena tingkat biaya sangat sering dinyatakan sebagai persentase dari biaya pengelolaan dana investasi: lingkaran mengurangi hasil investor dan meningkatkan keuntungan industri.

Margin keuntungan yang tinggi ini adalah salah satu alasan mengapa pesaing digital memasuki bidang manajemen kekayaan dan aset dan mengapa mereka memiliki kesempatan untuk menangkap pangsa pasar yang cukup untuk bertahan bahkan dari persaingan yang sengit di masa depan antara dunia tradisional dan dunia digital, yang paling disukai. Ini menyebabkan pengurangan biaya secara keseluruhan. Selain itu, beberapa dekade kinerja yang kurang baik oleh reksa dana aktif telah menyebabkan arus

keluar besar-besaran dari kategori tersebut ke keuntungan opsi pasif dan ETF berbiaya rendah serta kelas aset dan instrumen alternatif. Pada saat yang sama, permintaan klien berubah dengan cepat karena tingkat bunga yang sangat rendah di seluruh dunia mendorong kebutuhan penabung dan investor untuk bertindak lebih proaktif daripada di masa lalu, yaitu mengambil risiko yang lebih tinggi dan berinvestasi lebih banyak dari sebelumnya atau mulai berinvestasi di kelas aset yang mengandung risiko .

Selain itu, teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah memungkinkan klien ritel menjadi lebih dan lebih independen dari penasihat produk mereka di bank atau firma penasihat. Klien cukup mulai menerapkan perilaku digital mereka dari sektor e-commerce hingga kebutuhan keuangan mereka dan karenanya terbuka untuk penawaran keuangan digital. Perilaku digital ini berubah lebih cepat daripada bank biasanya menyesuaikan penawaran layanan mereka, terutama karena pasca krisis keuangan mereka harus fokus pada penyelamatan industri dengan beradaptasi dengan rezim peraturan baru daripada terus up to date mengenai penawaran digital mereka. Penantang digital telah memanfaatkan peluang dan penggerak awal di antara start-up FinTech telah menarik perhatian substansial karena hal ini, dan terus mendorong perubahan di sektor gema FinTech, yang menurut definisi kompleks, karena lingkungan regulasi yang ketat. lebih menuntut daripada di sektor lain.

Mengekstrapolasi tren ini, cukup adil untuk mengasumsikan bahwa aset yang tersedia akan meningkat untuk penantang digital dan dengan demikian meningkatkan tekanan margin untuk pemain tradisional yang akan dipaksa untuk memotong biaya dan memfokuskan kembali model bisnis mereka. Penantang digital pertama bagi pemain tradisional di bidang investasi digital adalah perusahaan perdagangan sosial dan perusahaan yang menawarkan layanan konsultasi investasi otomatis ("penasihat robo") yang keduanya berfokus pada investor ritel. Para pendatang pasar pertama di bidang penasihat robo berinovasi dengan model bisnis dan tidak bersaing memperebutkan harga. Karena penasihat robo memungkinkan semua peserta pasar untuk bersaing untuk klien swasta, banyak pemain di dunia keuangan akan memanfaatkan pasar nasihat investasi otomatis: bank, pialang online, manajer aset, dll. Akan mulai menawarkan layanan penasihat robo secara gratis. Pasar AS secara mengejutkan mulai bergerak pertama ke arah ini saat Charles Schwab melawan kesuksesan masuk pasar Wealthfront dengan menawarkan saran robo secara gratis. Perkembangan serupa kini sedang disaksikan di pasar lain, misalnya di Jerman di mana ebase, anak perusahaan Commerzbank, memasuki bisnis robo advisory pada Juli 2015. Tanda tanya untuk saat ini tetap, apakah pemain non keuangan akan memasuki ruang konsultasi otomatis, seperti yang mereka lakukan dengan sukses di area lain, misalnya bank supermarket di Inggris seperti Tesco Bank, M&S Bank, atau Harrods 'Bank. Perkembangan ini kemungkinan besar akan menghasilkan penurunan margin di ruang ritel dan pemain tradisional akan memfokuskan aktivitas mereka pada area pasar yang lebih kompleks (misalnya, perbankan swasta), yang akan mendorong persaingan di sini dan mengarah pada konsentrasi pasar di bagian pasar ini. pasar dari waktu ke waktu juga.

Semakin menjamurnya model *robo advisory - versi white-label* sudah tersedia misalnya dari perusahaan baru di Jerman - semakin banyak algoritme yang berbeda akan bersaing di masa depan dan akan sejalan dari waktu ke waktu. Penyedia konsultasi robo independen dipaksa untuk terus mengupayakan inovasi dan seiring waktu akan menawarkan layanan yang lebih terhubung seperti konsep yang dapat diberi label sebagai "portofolio yang berbicara". Internet of Things akan menciptakan model bisnis dan pasar yang benar-benar baru dalam semua aspek gaya hidup kita saat ini. Masalah uang tidak

dikecualikan dari ini. Misalnya, mobil self-driving, Internet of Things, ditambah asuransi di masa depan akan memungkinkan banyak solusi yang disesuaikan di ruang InsuranceTech.

Internet of Things juga akan berdampak pada budaya tabungan dan investasi kita. Dunia investasi akan melihat perkembangan serupa dengan dunia asuransi: mengapa hanya SPBU dan hotel yang ditampilkan di Google Maps? Mengapa bukan penasihat investasi (manusia) berikutnya yang tersedia? Mengapa sistem navigasi di mobil sewaan tidak menawarkan opsi untuk memilih rute yang dioptimalkan portofolio? Layanan semacam itu akan memberikan informasi tentang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan kepemilikan portofolio investor saat ini : hanya pompa bensin Royal Dutch Shell, tidak ada lokasi makanan cepat saji selain Starbucks yang akan ditampilkan, dan tentu saja masing-masing voucher akan ditampilkan. diberikan kepada pemegang saham terlebih dahulu, dll. Karena mobil self-driving terhubung ke lemari es dan peralatan rumah tangga lainnya, "pengemudi" memiliki waktu untuk mempertimbangkan keputusan apakah hari ini ia ingin mengoptimalkan pengeluaran rumah tangga hariannya untuk optimalisasi portofolio perdagangan jangka pendeknya, atau sebagai gantinya. portofolio investasi berjangka. Berdasarkan real time global dan proyeksi waktu tunggu di McDonald's, portofolio itu sendiri akan mengeluarkan rekomendasi beli atau jual pada saham McDonald's. Juga lemari es atau freezer yang terhubung akan memiliki tombol untuk memesan makanan yang dioptimalkan portofolio saja, memberi tahu Anda setiap pagi bahwa jika Anda dan semua pengguna layanan ini menggunakan layanan ini, keuntungan finansial bersama akan menjadi "x" % p.a. pada modal yang diinvestasikan. Kepemilikan portofolio dan pengembalian yang diharapkan akan secara otomatis disesuaikan berdasarkan aktivitas pembelian agregat dari semua lemari es pintar yang terhubung. Kecenderungan seperti itu dapat mengakibatkan pembentukan kelompok/komunitas minat khusus berdasarkan gaya investasi. Analisis gaya hidup pribadi dan bisnis investor melalui perangkat pintar tentu akan menghasilkan rekomendasi beli atau jual untuk kelas aset atau sekuritas tertentu.

Meskipun perkembangan ini tampak seperti fiksi hari ini, saat ini kami hanya melihat permulaan dari struktur penasehat robo yang memungkinkan perusahaan baru memasuki bisnis margin tinggi. Di AS, penasehat robo sudah menjamur.

Techfluence mengasumsikan jumlah layanan konsultasi otomatis setidaknya meningkat sepuluh kali lipat secara global dalam beberapa tahun ke depan. Layanan konsultasi menjadi komoditas. Alat yang lebih canggih, yang memungkinkan investor misalnya untuk mengecualikan penyedia produk tertentu dari portofolio atau kelas aset tunggal atau bahkan saham tunggal, akan dapat menawarkan ini sebagai layanan premium yang menghasilkan biaya, yang dapat dibayar dalam mata uang fiat atau mata uang sosial , yaitu model berbagi data pribadi.

Persaingan tradisional di antara manajer portofolio tentang kinerja terbaik (dengan risiko disesuaikan) setidaknya sebagian akan digantikan oleh persaingan algoritme terbaik dari penyedia analisis otomatis. Dengan demikian, perkembangan teknologi berdampak pada semua bagian rantai nilai pengelolaan kekayaan. Algoritme investasi canggih yang sukses juga akan ditawarkan melalui saluran B2B sebagai penasehat robot dengan sentuhan manusia. UBS sudah menggunakan data pintar yang diverifikasi oleh penasihat klien untuk mengoptimalkan pengembalian portofolio. Karena semakin banyak platform perdagangan sosial yang bermunculan dan menumbuhkan lebih banyak profil pengguna, layanan konsultasi - online dan manusia - akan ditambahkan ke platform, membantu investor untuk memilih campuran pengguna terbaik dalam portofolio perdagangan sosial mereka. Karena layanan konsultasi

robo memasuki pasar baru-baru ini , terutama dalam beberapa tahun mendatang, akan ada persaingan langsung antara layanan konsultasi otomatis dan layanan penasihat manusia, baik berbasis cabang atau online. Seiring waktu, hal ini akan mengarah pada model hybrid karena cukup adil untuk mengasumsikan bahwa semakin kompleksnya algoritme akan mengarah pada kebutuhan akan dukungan manusia, sehingga menciptakan peluang kerja baru juga. Investment advisor masa depan tidak memilih saham kelas s atau aset atas nama klien tetapi berkonsultasi tentang algoritma atau bahkan membantu penjahit mereka.

Singkatnya, industri FinTech diatur untuk mengganggu area investasi digital secara keseluruhan, dimulai dengan model bisnis B2C, dengan B2B yang akan segera menyusul. Seluruh rantai nilai pengelolaan kekayaan akan menjadi tekanan yang sangat besar untuk berubah dan beradaptasi. Pesaing baru memiliki kemampuan dan kelincahan untuk menawarkan produk dan layanan secara digital dan pemain yang sukses akan terus berinovasi. Internet of Things dan perangkat yang dapat dikenakan akan mendorong perkembangan ini. Pemain tradisional harus menggunakan masa tenggang karena mereka masih mendapatkan biaya berulang yang tinggi dari masa lalu dengan menginvestasikannya secara bijak dan mencoba bersaing dengan pemain FinTech baru dan secara aktif mencari kolaborasi dengan perusahaan teknologi.

6.5 Memimpin Investor Dengan Pendekatan Crowdfunding

Pada bulan Juni 2015, kata “crowdfunding” ditambahkan ke Oxford English Dictionary bersama dengan kata kerja “to crowdfund” dan kata sifat “crowdfunded”. Jadi, apakah dengan memasukkannya ke dalam kamus berarti bahwa crowdfunding telah menjadi arus utama dan tidak lagi menjadi bagian dari pasar keuangan alternatif? Jawabannya adalah: belum.

Crowdfunding masih merupakan pendanaan yang relatif baru. Secara global, ini berkembang pesat, tetapi juga beragam dan terus berkembang . Selain itu, perkembangan dan pertumbuhannya bervariasi dari satu negara ke negara lain, tergantung pada peraturan lokal, faktor ekonomi, dan sosial. Kesadaran dari crowdfunding, dibandingkan dengan pasar pembiayaan didirikan, masih rendah dan ada beberapa kritis tantangan - dalam pendidikan sekitar khususnya, transparansi, dan perlindungan investor. Masalah-masalah ini perlu ditangani sebelum crowdfunding dapat mencapai potensinya.

Istilah “crowdfunding” dapat memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda, karena ada sejumlah model yang beragam. Secara umum, mereka membagi menjadi mereka yang tidak memberikan pengembalian finansial (model berbasis donasi atau berbasis penghargaan, seperti Kickstarter) dan mereka yang tujuannya adalah untuk memberikan keuntungan finansial (platform berbasis ekuitas seperti Companisto dan SyndicateRoom, atau platform berbasis pinjaman seperti Funding Circle).

Dari model yang berbeda, yang paling kompleks tidak diragukan lagi adalah urun dana ekuitas yang melihat investor menerima saham di perusahaan sebagai imbalan atas investasi mereka. Sebagian besar kerumitan disebabkan oleh aspek regulasi dari jenis pembiayaan ini. Di Amerika Serikat, hambatan hukum telah menurunkan perkembangan urun dana ekuitas, meskipun hal ini berubah sejak peraturan

baru Peraturan A + diberlakukan pada tahun 2015. Perusahaan sekarang dapat memperoleh pendanaan melalui urun dana ekuitas, asalkan mereka mematuhi serangkaian hukum dan standar tertentu. Namun dalam kasus Eropa, popularitas crowdfunding berbasis yang meningkat pesat telah mengejutkan banyak orang - terutama para regulator. Urun dana ekuitas lebih maju di sini daripada di wilayah lain di dunia. Namun, pasar sangat deregulasi dan ada tambahan dari kerangka hukum nasional yang berbeda.

Sebuah ulasan yang diterbitkan pada bulan Desember 2014 oleh European Crowdfunding Network menyatakan: "Kami masih jauh dari pasar tunggal yang selaras untuk crowdfunding, bahkan mungkin lebih jauh dari tahun lalu." Sebaliknya, semakin banyak negara UE yang menerapkan peraturan urun dana nasional tertentu mereka sendiri. Tiga pasar crowdfunding Eropa teratas telah melakukan berbagai cara untuk memfasilitasi crowdfunding. Di Prancis, pemerintah sangat mendukung crowdfunding, dan memperkenalkan aturan dan regulasi untuk pinjaman *peer-to-peer* dan crowdfunding ekuitas pada Oktober 2014. Ini ditujukan pertama dan terutama untuk melindungi investor. Di seberang perbatasan, di Jerman, peraturan baru telah disetujui pada bulan April 2015, yang tidak seberat yang ditakuti oleh beberapa industri crowdfunding, tetapi masih memberlakukan batasan pada investor ritel seperti topi investasi € 10.000 jika diperlihatkan. mereka bisa menanggung kerugian, atau € 1.000 jika mereka tidak bisa.

Di pasar Eropa terkemuka untuk crowdfunding - Inggris - pendekatan yang diambil oleh Financial Conduct Authority (FCA) adalah menyesuaikan crowdfunding ke dalam kerangka peraturan yang ada, daripada menciptakan rezim peraturan yang sama sekali baru. Kerangka peraturan yang berbeda bukan satu-satunya tantangan yang harus diatasi sebelum platform crowdfunding dapat beroperasi di basis pan- Eropa. Seperti yang dikatakan *European Crowdfunding Network*, pasar yang harmonis untuk crowdfunding masih agak jauh di masa depan. Namun, ada sejumlah masalah utama yang harus ditangani oleh industri crowdfishing untuk sementara. Crowdfunding, dan crowdfunding berbasis ekuitas khususnya, masih sangat baru; keberadaannya diukur dalam beberapa tahun, bukan beberapa dekade, atau berabad-abad dalam kasus perbankan.

Meskipun berkembang pesat, ini hanya mewakili sebagian kecil dari sektor keuangan dan banyak orang yang tidak mengenalnya. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang jelas untuk pendidikan baik dalam kasus investor dan juga pada pihak bisnis yang mencari investasi.

Sebuah survei yang dilakukan oleh NESTA di Inggris untuk laporan mereka "*Understanding Alternative Finance*" mengungkapkan bahwa "enam puluh persen konsumen yang disurvei mengatakan mereka 'tidak mungkin' atau 'sangat tidak mungkin' untuk mulai / terus menggunakan platform keuangan alternatif, dikarenakan kekhawatiran tentang persepsi risiko dan kurangnya informasi tentang individu dan bisnis yang akan mereka danai. "

Demikian pula, laporan Komisi Eropa menyatakan bahwa dalam banyak kasus, investor tetap kurang mendapat informasi tentang risiko investasi yang sebenarnya, apa sebenarnya yang akan mereka terima sebagai imbalan atas investasi mereka, dan aspek lainnya, seperti hak suara.

Beberapa situs web platform crowdfunding menyediakan jenis informasi ini di FAQ, halaman "bantuan", atau dalam dokumentasi investasi mereka.

Ini bukan hanya masalah mendidik investor, tetapi juga merupakan salah satu transparansi dan melindungi kepentingan para pemangku kepentingan. “Crowd” terdiri dari individu yang mungkin atau mungkin tidak memiliki pengalaman atau pengetahuan tentang pasar keuangan. Lalu bagaimana orang banyak dapat melakukan yang terbaik untuk memastikan mereka membuat keputusan yang tepat? Hal ini tidak selalu mudah bagi mereka, karena elemen tertentu dari investasi melalui crowdfunding kurang jelas pada beberapa platform dibandingkan yang lain.

Salah satu perbedaan utama antara platform crowdfunding, yang dapat berdampak terbesar pada investor, adalah mode investasi. Ada dua model investasi crowdfunding ekuitas saat ini: dipimpin investor dan dipimpin oleh perusahaan. Dengan pendekatan “company led” untuk crowdfunding, perusahaan yang mencari modal menetapkan ketentuan investasinya sendiri dan memutuskan nilainya sendiri. Secara alami, itu akan berusaha untuk menetapkan penilaian terbaik untuk dirinya sendiri, memberikan jumlah minimum ekuitas untuk mengamankan pendanaan yang dibutuhkannya. Calon investor kemudian dibiarkan memutuskan apakah mereka ingin berinvestasi pada penilaian itu atau tidak.

Pendekatan ini baik untuk perusahaan tetapi mungkin bukan yang terbaik untuk investor. Di Inggris, dalam beberapa bulan terakhir, penilaian crowdfunding yang dilakukan oleh beberapa perusahaan telah menjadi subjek diskusi hangat, dengan beberapa komentator merasa mereka terlalu tinggi secara tidak realistis dan bahwa investor mungkin merugi sebagai akibatnya. Lalu bagaimana seorang investor dapat memastikan bahwa mereka berinvestasi di perusahaan dengan penilaian terbaik? Jawabannya adalah memiliki malaikat di sisi Anda.

Siapa pun yang telah menonton *Dragons' Den* atau *Shark Tank* kadang-kadang akan melihat naga/hiu merobek penilaian pengusaha atas bisnisnya sendiri hingga hancur. Sampai batas tertentu hal itu dapat dimengerti, karena perusahaan baru atau perusahaan tahap awal sering kali memiliki sedikit aset atau pendapatan dan, akibatnya, penilaian cenderung sangat subjektif.

Tentu saja ini membuat tontonan TV menarik, tetapi poin pentingnya adalah bahwa naga/hiu, atau lebih dikenal dengan 'malaikat bisnis', umumnya sudah memiliki pengalaman kewirausahaan bertahun-tahun di pihak mereka. Jauh dari reality TV, model crowdfunding yang dipimpin investor melibatkan malaikat bisnis atau investor utama yang menyetujui penilaian di mana mereka bersedia berinvestasi di perusahaan. Tujuannya adalah untuk mencapai penilaian yang dinegosiasikan yang membuat kedua belah pihak senang. Dalam prosesnya, malaikat biasanya akan melakukan uji tuntas yang ekstensif, dengan rela menghabiskan waktu dan sumber daya yang diperlukan, karena mereka berpotensi menginvestasikan sejumlah besar uang. Sebuah laporan oleh NESTA – “*Siding with the Angels*” menyoroti nilai dari pendekatan ini, mengungkapkan bahwa malaikat yang melakukan setidaknya beberapa uji tuntas, bahkan hanya 20 jam, mengalami lebih sedikit investasi yang gagal daripada mereka yang tidak melakukannya.

Untuk bagian mereka, investor crowdfunding ekuitas biasa kemudian dapat mengambil manfaat dari keterlibatan malaikat dan berinvestasi di bawah persyaratan yang sama atau serupa dengan mereka.

AngelList – berbasis di AS, dan SyndicateRoom Inggris adalah dua dari sedikit platform yang mengoperasikan model yang dipimpin investor. Peluang investasi mereka melibatkan satu atau lebih

investor utama / angel dan, kadang-kadang, VC. Hal ini memberikan kepastian kepada investor bahwa seorang profesional yang berpengalaman sedang melakukan uji tuntas dan negosiasi yang diperlukan untuk memastikan bahwa investasi tersebut dihargai dengan benar. Fakta bahwa malaikat menempatkan "kulit dalam permainan" mereka sendiri, dengan menginvestasikan uang mereka sendiri, memberikan jaminan tambahan kepada investor. Jaminan ini tidak sepenuhnya tanpa biaya bagi investor AngelList, karena pemimpin sindikat dapat terbawa (pajak atas keuntungan investor).

Investasi dengan harga yang pantas bukan satu-satunya faktor yang membantu melindungi kepentingan investor. Dalam kasus SyndicateRoom, aspek dari pendekatan yang dipimpin investor mereka yang menguntungkan investor adalah bahwa mereka menerima kelas dan harga saham seperti malaikat, apakah mereka menginvestasikan £ 1.000 atau £ 1 00.000. Mereka juga memiliki hak yang sama dalam mengikuti uang mereka di putaran selanjutnya, memungkinkan mereka untuk menghindari dilusi yang berlebihan.

Investasi dengan harga yang tepat bukan satu-satunya faktor dalam membantu melindungi kepentingan investor. Dalam kasus SyndicateRoom, aspek pendekatan yang dipimpin investor yang menguntungkan investor adalah bahwa mereka menerima kelas dan harga saham yang sama dengan para malaikat, apakah mereka menginvestasikan £1.000 atau £100.000. Mereka juga memiliki hak yang sama dalam mengikuti uang mereka di putaran selanjutnya, memungkinkan mereka untuk menghindari pengenceran yang berlebihan.

Ini sering tidak terjadi pada platform crowdfunding yang mengoperasikan model yang dipimpin perusahaan, karena perusahaan dapat memilih untuk menerbitkan lebih dari satu kelas saham. Seringkali pendiri mendapatkan saham A, sedangkan investor biasa mendapatkan saham B, yang datang tanpa hak suara atau hak memesan terlebih dahulu. Ini penting karena investor biasa mungkin melihat saham mereka sangat terdilusi jika perusahaan memulai putaran pendanaan lain dengan penilaian yang lebih tinggi.

Model crowdfunding yang dipimpin investor memiliki manfaat yang jelas bagi investor dibandingkan model yang dipimpin oleh perusahaan. Karena crowdfunding terus berkembang, isu-isu seperti perlindungan investor, transparansi, dan edukasi akan menjadi semakin penting, tidak hanya di pasar Inggris tetapi juga di seluruh Eropa. Perusahaan yang mengutamakan investor akan memiliki posisi yang baik untuk mengambil keuntungan dari perubahan ini. Akankah "investor-led" ditambahkan ke dalam Kamus Inggris Oxford suatu hari nanti? Tentunya ini hanya masalah waktu.

6.6

Pelajaran Dari My Robo Advisor adalah iPod

FinTech menjadi berita utama karena potensinya untuk mengganggu layanan perbankan, memisahkan lembaga keuangan, dan meruntuhkan hambatan untuk masuk melalui senjata digital. Dalam ekosistem FinTech, penasihat robot telah mendapatkan momentum untuk memberi nasihat atau mengelola kekayaan pribadi dengan mengorbankan lembaga yang didirikan dan siap untuk menjadi pembuat harga baru dalam hubungan perbankan. Mereka pertama kali muncul sekitar tahun 2010, dan melompat ke puncak grafik inovasi yang mengganggu beberapa tahun kemudian karena serangkaian faktor yang bersamaan:

- Perubahan dalam regulasi pasar untuk mendukung saran fee-only, yang memengaruhi pasar global;
- Pertumbuhan aset yang signifikan di bawah manajemen yang dapat dipanen oleh robo advisor dalam waktu yang relatif singkat;
- Pengakuan menarik tidak hanya untuk klien rendah margin, tetapi juga untuk investor kaya dan bernilai tinggi, yang sebelumnya dianggap sebagai target segmen eksklusif dari firma penasihat tradisional yang lebih mahal.

Namun, tidak semua FinTech yang menangani keuangan pribadi dapat diklasifikasikan sebagai penasihat robo, dan tidak semua penasihat robo adalah FinTech murni.

Definisi Robo Advisor

Istilah “penasehat robot ” cukup jurnalistik: mereka tidak selalu robot, juga tidak selalu memberikan nasehat.

Penasihat Robo (1.0) adalah solusi investasi otomatis yang menyediakan penyeimbangan kembali portofolio otomatis menggunakan algoritme perdagangan berdasarkan investasi pasif dan strategi diversifikasi, yang melibatkan individu dengan alat digital yang menampilkan pengalaman pelanggan tingkat lanjut, untuk memandu mereka melalui proses penilaian mandiri dan membentuk perilaku investasi mereka menuju pengambilan keputusan berbasis tujuan yang belum sempurna. Oleh karena itu, penasehat robo harus menampilkan setidaknya beberapa dari empat elemen ini, jika tidak semuanya:

- Menyediakan akses digital penuh;
- Melakukan penyeimbangan kembali portofolio otomatis;
- Mengadopsi indeksasi atau manajemen pasif;
- Sesuaikan dengan tujuan dan perilaku pelanggan.

Apakah teknologi robo benar-benar mengganggu?

Kami akan menjawab pertanyaan ini dengan mengacu pada teori inovasi, yang memungkinkan kita untuk membangun paralel antara gangguan iPod dari industri musik dan yang bersifat mengubah permainan dari penasihat robo di perbankan.

Pertama-tama, kami tidak membatasi teknologi pada konsep yang terkait dengan penggunaan algoritme atau instrumen digital (misalnya tablet), tetapi kami mendefinisikan teknologi sebagai proses apa pun yang digunakan perusahaan (misalnya bank) untuk mengubah informasi dan data, tenaga kerja manusia, atau modal ekonomi menjadi produk atau jasa yang lebih bernilai. Ini adalah yang paling penting karena sebagian besar transaksi perbankan pada dasarnya "tidak material" dan kita dapat menganggap konsep teknologi tiga elemen digitalisasi, penyeimbangan kembali portofolio otomatis, dan prinsip-prinsip investasi berbasis tujuan (*goal-based investing* / GBI). Kami akan menjelaskan mengapa yang terakhir memainkan peran kunci dalam evolusi penasehat robo.

Kedua, teknologi berkembang terus menerus di dalam dan di luar perusahaan individu. Pengenalan teknologi baru mengubah cara perusahaan beroperasi dan cara konsumen mengakses layanan dan

produk. Oleh karena itu, kami menggunakan istilah inovasi untuk menunjukkan setiap perubahan teknologi yang ada yang digunakan oleh perusahaan dan menyadari bahwa perubahan tersebut dapat mengambil dua bentuk: inovasi yang mengganggu atau inovasi yang berkelanjutan:

- Inovasi berkelanjutan mengacu pada setiap perbaikan dalam kinerja produk, yang bersifat inkremental atau lebih radikal, yang memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas penawarannya, untuk menangkis persaingan, atau untuk meningkatkan margin komersial, dengan beroperasi baik di biaya lebih rendah atau dengan harga terjangkau yang lebih tinggi. Keuangan terstruktur atau dana lindung nilai adalah beberapa contohnya.
- Inovasi yang mengganggu malah mungkin menghasilkan kinerja produk yang lebih buruk, setidaknya dalam waktu dekat. Produk revolusioner seperti itu biasanya lebih murah, lebih sederhana, atau lebih nyaman digunakan dan menarik pelanggan baru atau menciptakan kebutuhan baru pada pelanggan yang sudah ada.

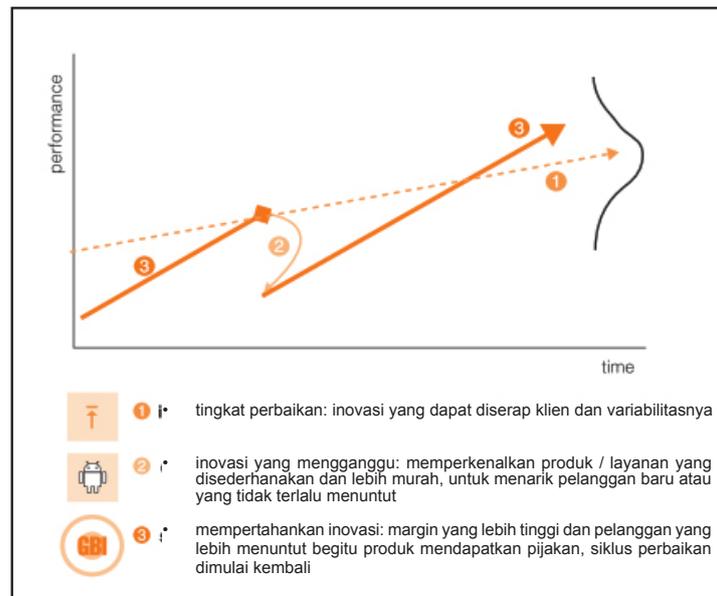
Penasihat Robo diklasifikasikan sebagai teknologi yang mengganggu karena lebih murah daripada layanan konsultasi tradisional, mudah diakses, menarik pelanggan baru, dan menciptakan kebutuhan baru di antara klien yang sudah ada.

Investasi berbasis tujuan, yang direpresentasikan oleh robo advisor dengan cara yang belum sempurna, sebaliknya merupakan kasus untuk mempertahankan inovasi, yang akan memberikan kesempatan kepada robo advisor yang lebih cerdas untuk keluar dari sudut yang mengganggu meskipun tidak menyenangkan dari bisnis margin rendah dan mencapai pertumbuhan yang didorong oleh margin lembur.

Perusahaan tradisional biasanya menghadapi dua tantangan dalam hidup mereka: memutuskan berapa banyak investasi yang perlu didedikasikan untuk mempertahankan inovasi dan, yang paling penting, mengenali inovasi yang mengganggu yang dapat menjadi alasan utama kegagalan atau keberhasilan merek yang sudah mapan, meskipun inovasi tersebut mungkin tampak anti-ekonomis dalam waktu dekat. Bank tidak dikecualikan dari kebutuhan untuk memecahkan dilema ini.

Bagaimana inovasi berkelanjutan dan mengganggu berinteraksi untuk membentuk masa depan perbankan?

Menurut Clayton M. Christensen, ada hubungan antara inovasi dan kinerja industri / produk dari waktu ke waktu (yaitu kualitas layanan perbankan): tampaknya ada sejumlah inovasi tetap yang dapat diserap oleh pelanggan biasa, semua industri adalah sama, karena itu sejumlah uang terbatas yang bersedia dibayar investor untuk menerima produk atau layanan yang lebih baik. Jelas, tidak semua investor sama-sama dibatasi, yang memungkinkan bank untuk mengikat penawaran mereka di segmen yang berbeda : ritel, makmur, kekayaan bersih tinggi (HNW) dan kekayaan sangat tinggi (UHNW). Ini diwakili pada Gambar berikut.



Gambar: Inovasi dan kinerja industri / produk dari waktu ke waktu

Namun seiring berjalannya waktu, industri berkembang, teknologi berubah, dan begitu pula perilaku investor. Dengan demikian, pasar atau segmen dapat jenuh: tidak ada inovasi lebih lanjut yang dapat menghasilkan margin komersial yang lebih tinggi. Ini adalah saat inovasi yang mengganggu, seperti penasihat robo, memiliki peluang tertinggi untuk berhasil. Awalnya, solusi yang mengganggu dilihat sebagai fenomena yang terbatas pada klien pasar rendah yang kurang menarik (misalnya pengecer) atau pasar yang jauh (misalnya negara berkembang). Namun inovasi yang mengganggu dapat menurunkan paradigma produk secara global, di seluruh pasar dan segmen, sehingga pelanggan mulai menyukai solusi baru dan secara massal beralih ke penawaran baru. Ini dapat menggantikan pemain mapan yang tidak punya waktu untuk menyesuaikan alur kerja tradisional atau model bisnis mereka. Pemimpin pasar menjadi lamban (misalnya Nokia) dan pendatang baru mendapatkan momentum (misalnya Apple) dan mulai menaiki puncak ketenaran merek-merek yang sukses. Setelah itu, siklus mempertahankan inovasi dan perusahaan yang sukses dapat mencapai margin komersial yang lebih tinggi dengan meningkatkan produk disruptif yang sangat sederhana.

Untuk memberi contoh mengapa penasihat robo memiliki semua potensi untuk menjadi teknologi yang mengganggu, kita dapat membahas secara singkat apa yang terjadi dalam industri musik, ketika iPod pertama kali diluncurkan.

Pemutar Compact Disc (CD) pertama dijual di Jepang oleh Sony pada tahun 1982. CD tersebut meningkatkan industri musik dengan menetapkan standar yang lebih tinggi dan mendorong persaingan industri yang sengit dengan cara mempertahankan inovasi. Suatu periode pengeluaran teknologi melibatkan sejumlah besar konsumen yang membeli peralatan baru yang menawarkan tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Dalam satu dekade, banyak rumah tangga dilengkapi dengan perangkat High Fidelity (Hi-Fi) canggih yang menampilkan kualifikasi elektronik, subwoofer, amplifier bertenaga, dan head-set mewah yang bersedia dibeli orang tua untuk mengurangi kebisingan saat larut malam. Tak lama kemudian, individu mencapai titik puncak dalam kepuasan makan, dan di akhir tahun 90-an mereka tidak mungkin membenarkan membayar harga yang lebih tinggi untuk perbaikan marjinal yang menurun dalam kualitas musik. Pasar musik mulai jenuh.

Steve Jobs mengambil kesempatan ini dan pada tahun 2001 meluncurkan versi Macintosh dari iTunes dan Apple iPod pertama (bayangkan robot advokat). Nilai jual utama dari iPod bukanlah kualitas musik yang lebih baik dibandingkan dengan pemutar CD yang ada. Faktanya adalah bahwa produk itu lebih murah, lebih mudah dibawa, dan tentu saja lebih keren dari pemutar CD. Mereka yang mengira itu akan menjadi fenomena yang terbatas pada konsumen muda, berjalan di jalanan dengan kabel putih di telinga mereka, terbukti salah. Era Hi-Fi telah berakhir, cara tradisional untuk membeli dan mendengarkan musik terganggu dan berubah sebelumnya. Yang terpenting, saat ini ketergantungan pendapatan Apple pada penjualan iPod sangat terbatas, karena Apple memasuki gelombang baru inovasi berkelanjutan untuk merilis layanan dan perangkat dengan margin lebih tinggi, seperti iPhone dan iPad hingga Apple Watch pada tahun 2015 (pikirkan GBI).

Bagaimana hal ini memberi tahu kita tentang nasib pengelolaan kekayaan?

Tren digital merupakan perpaduan antara kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang memfasilitasi penciptaan pendatang baru untuk bersaing dengan bank tradisional. Penasihat Robo adalah FinTech yang berusaha mendemokratisasikan layanan konsultasi yang selalu menjadi hak eksklusif lembaga perbankan swasta. Mereka mulai menargetkan investor ritel yang membutuhkan nasihat keuangan, tetapi kekurangan sumber daya untuk membayar layanan yang diperlukan. Dengan investasi tingkat awal sekitar US\$5.000, penasihat robo dimaksudkan untuk menarik pelanggan dengan margin rendah dan sebagian besar untuk klien yang sangat muda yang kebutuhannya tetap tidak terdengar oleh bankir tradisional, karena mereka tidak memperhitungkan kontribusi besar pada angka neraca mereka. Namun, penasihat robo terbukti menjadi solusi yang sangat menarik tidak hanya untuk pelanggan berpenghasilan rendah, tetapi juga untuk individu kaya dan berpenghasilan tinggi. Bank, yang sudah mempertimbangkan kembali fokus mereka pada operasi manajemen kekayaan 'wealth management' karena meningkatnya biaya modal di perbankan investasi, namun ditantang oleh peraturan pasar yang lebih ketat, cukup malu melihat pendatang baru mengancam posisi dominan mereka, mengisi berita utama surat kabar, dan menarik dalam waktu singkat sejumlah besar pendanaan modal ventura.

Kita dapat menyimpulkan bahwa penasihat robo memiliki semua elemen untuk menjadi teknologi yang mengganggu dan menurunkan industri perbankan ke model bisnis yang lebih sederhana dan berpenghasilan rendah. Jelas, meskipun pendatang baru menggunakan senjata gali dan membuang bisnis lama, baik penasihat robo maupun lembaga keuangan yang ingin berinvestasi dan bertransformasi tidak tertarik untuk terlibat dalam upaya transformasi besar-besaran untuk menyudutkan diri mereka di toko-toko berpenghasilan rendah.

Investasi berbasis tujuan akan memberikan jalan keluar bagi semua pemain yang menguasai pertarungan inovasi yang mengganggu. Prinsip GBI sudah ada dalam proposisi robo advisor, tetapi pada tingkat kesederhanaan yang tidak dapat memberikan pengaruh apa pun dan meningkatkan margin komersial. Namun, kecenderungannya adalah penasihat keuangan dan perencanaan keuangan bertemu dalam model robo. Ini akan memungkinkan penasihat robo untuk meningkatkan penawaran mereka untuk menarik basis klien yang lebih terdiversifikasi dan akan memungkinkan mereka untuk menaikkan harga layanan mereka dengan bersaing pada layanan yang lebih bernilai tambah. Inovasi berkelanjutan yang dapat disediakan GBI didukung oleh kemajuan teknologi canggih, seperti komputasi kognitif dan manajemen portofolio berbasis risiko.

Apakah bank akan punah ataukah bertransformasi?

Kami tidak dapat memprediksi masa depan industri atau perusahaan individu, dan kami tidak dapat mengatakan apakah perbankan saat ini akan punah atau akan berubah di bawah tekanan pasar dan konsumen. Yang terakhir adalah hasil yang lebih mungkin, mengingat karakteristik unik perbankan sebagai industri yang diatur dan, pada titik tertentu, dilindungi. Namun, lanskap industri benar-benar berubah dengan cepat. Apa yang ada di depan bukanlah persaingan sepihak, FinTech versus bank dan penasihat tradisional, melainkan situasi yang mungkin terjadi di mana segelintir perusahaan yang diubah secara digital akan menjadi pemain dominan baru, sementara lembaga tradisional yang tidak mau atau tidak mampu menerima perubahan akan menjadi lamban.

Luncurkan Robo Advisor, Pertama di Indonesia yang Berlisensi Penasihat Investasi OJK

Bareksa, platform e-investasi terbesar di Indonesia, meluncurkan robo advisor pertama di Indonesia yang mendapatkan lisensi Penasihat Investasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) RI. Izin ini dituangkan dalam Keputusan Dewan Komisiner OJK No KEP-17/D.04/2021 tentang Pemberian Izin Usaha Penasihat Investasi kepada PT Bareksa Portal Investasi tertanggal 20 April 2021. Robo advisor ini dinamai BaTaRA yang merupakan singkatan dari Bareksa Tactical Robo Advisor. Uji-beta telah dilakukan selama sembilan bulan, sejak Agustus tahun lalu, yang diikuti 1.000 nasabah.

Robo Advisor Bareksa memberikan panduan dan pendampingan taktikal bagi investor berdasarkan algoritma dan fitur kecerdasan buatan yang dikombinasikan dengan strategi investasi yang dirumuskan tim analis Bareksa yang memiliki pengalaman panjang di area ini. "Kami sangat berterima kasih dan mengapresiasi dukungan OJK yang telah memberikan izin penasihat investasi pertama bagi robo advisor di Indonesia. Insya Allah, amanah ini akan kami jaga sebaik-baiknya sehingga Robo Advisor Bareksa menjadi robo advisor yang lebih aman, terpercaya, independen, dan dapat memberikan hasil investasi yang maksimal bagi masyarakat luas," kata CEO/Co-founder Bareksa Karaniya Dharmasaputra dalam keterangan kepada pers, 24 Mei 2021. Sebagai robo advisor yang diawasi OJK, Karaniya menyatakan bahwa Robo Advisor Bareksa dipastikan sepenuhnya bergerak secara independen dan berpihak pada kepentingan nasabah. Metodologi yang diterapkan juga dibuat transparan dan independen, dan secara berkala dilaporkan ke OJK sebagaimana dipersyaratkan regulasi yang ada. "Kami pastikan bahwa rekomendasi investasi dari Robo Advisor Bareksa, tidak didasarkan pada kepentingan promo dan marketing apa pun," Karaniya menegaskan. Imbal Hasil Lebih Maksimal Selama kurun waktu uji-beta, tim analis Bareksa terus melakukan uji performa secara riil dan membandingkannya dengan performa robo advisor lain.

Sejauh ini, imbal hasil investasi berdasarkan rekomendasi Robo Advisor Bareksa terbukti lebih maksimal. Bahkan, juga dapat mengungguli Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Rekomendasi Robo Advisor Bareksa dipersonalisasi berdasarkan profil risiko nasabah. Akan tetapi, berbeda dengan robo advisor lain, Robo Advisor Bareksa merumuskan strategi dan rekomendasi investasi tidak secara statis berdasarkan profil risiko, namun juga memberikan rekomendasi tentang alokasi reksa dana yang diperlukan untuk memaksimalkan hasil investasi.

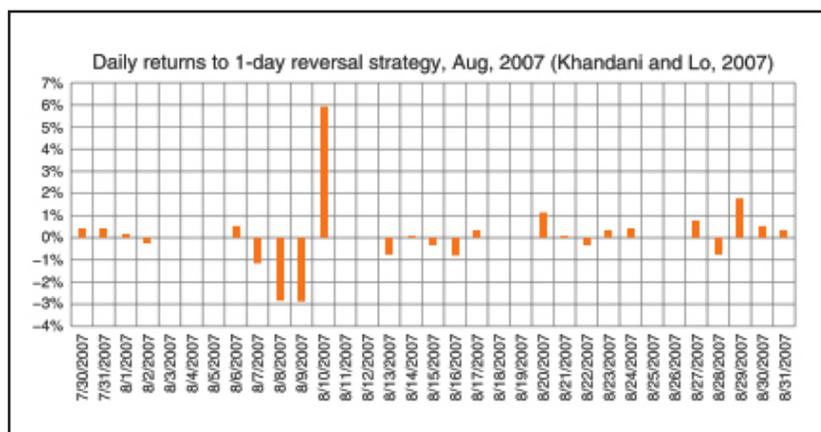
Rekomendasi Robo Advisor Bareksa dibuat dinamis, tidak statis, dengan juga memasukkan parameter perubahan kondisi pasar modal dan ekonomi makro. Selain itu, untuk memitigasi risiko dan memaksimalkan hasil investasi, produk yang direkomendasikan dibuat sangat selektif, hanya reksa dana-reksa dana pilihan dari 15 manajer investasi terbaik. "Kami berharap, dengan kehadiran Robo Advisor Bareksa, investor bisa mendapatkan layanan yang lebih aman dan menikmati hasil investasi yang lebih maksimal. Selain itu, kini nasabah juga dapat memiliki akses yang mudah terhadap layanan Penasehat Investasi, yang saat ini masih cukup mahal bagi sebagian besar masyarakat Indonesia," ujar Karaniya. Bersamaan dengan peluncuran robo advisor ini, Bareksa menggelar promosi dengan hadiah senilai total Rp100 juta bagi 2.000 orang, dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Untuk mengikuti promosi ini, investor cukup melakukan pembelian reksa dana menggunakan robo advisor di aplikasi Bareksa.

Metode pembayaran bisa menggunakan apa saja, dengan nilai minimal pembelian Rp 1 juta. Informasi lengkap mengenai promosi ini bisa diakses di semua akun media sosial Bareksa. Robo advisor tersedia di aplikasi Bareksa yang bisa diunduh di App Store untuk ponsel berbasis iOS dan Google Play Store untuk Android. Tentang Bareksa Bareksa adalah marketplace finansial dan investasi terintegrasi pertama di Indonesia, yang telah mendapat lisensi sebagai Agen Penjual Reksa Dana dari Otoritas Jasa Keuangan sejak 2016. Kini, Bareksa menjual lebih dari 120 produk reksa dana dari 33 manajer investasi di Indonesia dan memiliki lebih dari 1,8 juta akun investor. Selain menjual produk reksa dana, Bareksa juga merupakan salah satu mitra distribusi yang dipercaya oleh Kementerian Keuangan RI untuk menjual Surat Berharga Negara (SBN) ritel secara online. Bareksa juga menyediakan berbagai layanan untuk penggunanya, seperti data market, konten, riset, analisis, news, dan banyak lainnya. Untuk lebih jelasnya, kunjungi www.bareksa.com dan instal aplikasi Bareksa.

6.7 Crowdsourced Alpha

Pada bulan Agustus 2007 banyak investor institusional netral pasar yang mapan mengalami kerugian mendadak ketika beberapa investor besar - mencari likuiditas untuk menutupi kerugian di bagian lain dari portofolionya - melikuidasi buku ekuitas yang telah didedikasikan untuk strategi kuantitatif ("kuantitatif"), yang menggunakan model komputer untuk memilih saham. Karena investor ini memiliki saham yang serupa dengan quants lainnya, likuidasi menyebabkan pergerakan yang merugikan di seluruh strategi tersebut, dan efek domino terjadi ketika investor lain yang terkena dampak dilikuidasi untuk mencegah kerugian lebih lanjut. Harga jatuh kembali ke nilai sebelumnya, tetapi pada saat itu banyak investor telah mengalami kerugian besar. Alpha crowdsourced adalah penggunaan prakiraan banyak orang untuk membuat keputusan investasi. Manajer investasi sekarang memiliki akses ke kumpulan data inovatif yang merupakan alpha crowdsourced, dan yang memungkinkan mereka untuk membedakan arus pengembalian mereka dari investor yang terus menggunakan kumpulan data komoditas. Kumpulan data ini menawarkan peningkatan kinerja yang signifikan dan terukur dibandingkan sumber tradisional.

Gambar berikut, dari karya ilmiah Khandani dan Lo berjudul "What Happened to the Quants in August 2007?", Menunjukkan hasil dari strategi kuantitatif pada saat itu. Ini adalah strategi netral pasar-dirancang untuk menjadi sangat rendah-risiko, dan 2% bergerak dalam satu hari adalah peristiwa ekstrim outlier.



Gambar: Pengembalian *harian* ke strategi pembalikan 1 hari, Agustus 2007

Sumber: Khandani dan Lo, 2007

Quants memiliki risiko tersembunyi: mereka berbagi strategi, dan karena itu posisi, dengan rekan-rekan mereka. Posisi bersama menyebabkan risiko likuidasi, korelasi pengembalian yang tinggi, dan kurangnya diferensiasi dari perspektif investor yang mendasarinya. Strateginya serupa di alam semesta, pemodelan risiko, teknik penelitian, dan, yang paling penting, sumber alfa. Tapi mengapa alpha begitu mirip di seluruh perusahaan mapan? Karena sumber data mereka identik. Investor sistematis mengandalkan data historis untuk merancang strategi. Sejumlah kumpulan data – laporan keuangan, data pasar, dan perkiraan pendapatan broker – mendominasi strategi ini dan penelitian akademis yang menginspirasi mereka.

Kebutuhan Data Baru

Akhir-akhir ini, permintaan terhadap Crowdsourced alpha telah meningkat, dan telah terpenuhi berkat ketersediaan data yang lebih besar dan kemampuan pemrosesan. Data baru mengarah pada hasil yang lebih baik bagi manajer yang pro aktif dalam mencari data dan menerapkan model berdasarkan data tersebut. Pertanyaan yang kemudian muncul: dari manakah data baru ini berasal? Pertama, seorang manajer investasi dapat menggali lebih dalam konten kualitatif tradisional. Perusahaan FinTech seperti AlphaSense dan RavenPack menyediakan data terstruktur yang berasal dari sumber tidak terstruktur seperti transkrip panggilan konferensi dan berita. Kedua, kumpulan data dapat dibentuk sebagai “pembuangan” dari proses lain. Data transaksional seperti data tempat penjualan, atau lalu lintas pejalan kaki atau web, yang awalnya dikumpulkan untuk tujuan lain, dapat menemukan kegunaan di antara investor. Akhirnya, data dapat digunakan secara massal. Crowdsourcing dapat menjadi proses yang aktif: pemasok data dapat meminta orang untuk mengumpulkan data, atau memberikan pendapat mereka. Premise Data Corp crowdsourcing mendorong pengumpulan data harga makanan di seluruh dunia, yang mengarah ke ekspektasi inflasi yang akurat. Crowdsourcing pasif juga dimungkinkan: opini dapat diambil dari blog, sosial media, ulasan produk, dll.

Namun, ada beberapa peringatan. Data historis mungkin pendek, atau mungkin menunjukkan bias kelangsungan hidup jika mengecualikan perusahaan yang mati; atau mungkin tipis, termasuk hanya nama-nama di satu industri tertentu. Keterbatasan ini membuat lebih sulit untuk menarik kesimpulan dalam backtest, atau untuk mempartisi data historis ke dalam periode sampel (pengujian) dan di luar sampel (validasi). Data bisa dalam format yang buruk, tanpa pengidentifikasi bersih seperti ticker, dan

seseorang harus sering melakukan kerja keras untuk mengekstrak sentimen atau informasi lain dari data yang tidak terstruktur. Kesulitan-kesulitan ini bukannya tidak dapat diatasi, dan penghargaan bagi vendor data atau konsumen yang berupaya mencari dan membersihkan data ini bisa menjadi signifikan.

Definis Crowdsourced Alpha

Crowdsourced Alpha adalah penggunaan perkiraan beberapa manusia untuk membuat keputusan investasi. Orang-orang ini tidak perlu tahu perkiraan mereka sedang digunakan - seperti dalam contoh crowdsourcing pasif di atas. Nilai y sebenarnya tidak harus merupakan perkiraan eksplisit. Ada banyak perusahaan yang mencoba membuat alfa dari umpan Twitter, mengekstrak sentimen perusahaan dari kiriman 140 karakter. *Alpha crowdsourced* adalah penggunaan prakiraan banyak orang untuk membuat keputusan investasi. Orang-orang ini tidak perlu tahu bahwa ramalan mereka sedang digunakan – seperti dalam contoh crowdsourcing pasif di atas. Mereka tidak perlu benar-benar menjadi prakiraan eksplisit. Ada banyak perusahaan yang mencoba membuat alfa dari umpan Twitter, mengekstraksi sentimen perusahaan dari posting 140 karakter.

Untuk melakukan crowdsourced alpha, kita membutuhkan pengukuran yang dapat diukur untuk meramalkan, yang mana kita membutuhkan bantuan dalam meramalkan; dan kita membutuhkan manusia untuk membuat ramalan. Kami membutuhkan beberapa platform untuk mengumpulkan perkiraan. Kami mungkin perlu memberikan beberapa insentif untuk perkiraan yang akan diberikan - moneter (bayar saya untuk membuat perkiraan), berbasis kebanggaan (saya ingin menjadi peramal terbaik), berbasis pemasaran (saya ingin memberi tahu semua orang bahwa saya yang terbaik), atau berbasis komunitas (Saya ingin berbagi pendapat saya). Kita perlu membersihkan kebisingan dalam data. Keragaman pendapat atau pengetahuan sangat membantu, memungkinkan kita untuk mendapatkan keuntungan dari kebijaksanaan orang banyak dengan cara yang dipahami secara umum. Ini juga berguna untuk memiliki cara yang obyektif untuk mengukur keterampilan casting kedepan. Ketekunan keterampilan sangat berharga. Jika peramal yang baik tetap unggul dari waktu ke waktu, maka keterampilan merupakan karakteristik yang melekat pada peramal tersebut. Kami dapat memiliki keyakinan bahwa ide-ide peramal top akan layak untuk didengarkan di masa depan.

Contoh awal adalah kumpulan data perkiraan broker IBES (Institutional Brokers Estimates System (I/B/E/S, sebagai bagian dari Thomson Reuters)). Meskipun sekarang menjadi komoditas, idenya dulu baru: mengumpulkan perkiraan pendapatan per saham (EPS) pialang dan menggabungkannya menjadi ekspektasi pendapatan konsensus. IBES memenuhi kebutuhan kami: sebuah platform untuk prakiraan terstruktur yang berguna, prakiraan yang relatif bebas kebisingan oleh manusia yang diberi insentif. Kita dapat memperdebatkan apakah insentif itu bagus, tetapi datanya sangat berharga. Ini menunjukkan banyak keinginan kami: pendapat agak beragam, meskipun kurang begitu dalam kasus pengembalaan atau panduan manajemen, dan ada keterampilan yang gigih dalam peramalan analisis, sebagaimana terbukti dalam pekerjaan yang dilakukan di StarMine – sekarang bagian dari Thomson Reuters, tetapi kemudian independen - di awal 2000-an.

Kita dapat menggunakan Crowdsourced alpha untuk meramalkan banyak hal. Sebuah Beberapa contoh dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel: Contoh jenis prakiraan yang dapat diperoleh dari banyak sumber

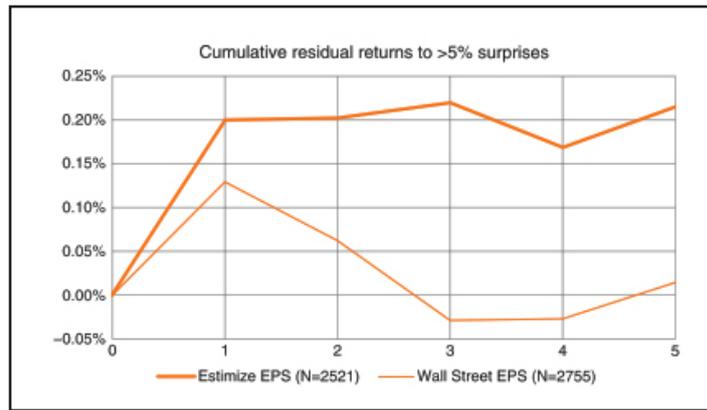
What	Who	Where
EPS, Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> Sell side, Buy side Independen, Individu 	<ul style="list-style-type: none"> IBES, FactSet, CapIQ Estimize
Return	<ul style="list-style-type: none"> Penelitian Sell side, Blogger keuangan dan buletin 	<ul style="list-style-type: none"> IBES, FactSet, CapIQ, TipRanks, TIM Group, Seeking Alpha, Motley Fool, TipRanks, PredictWallStreet, StockTwits
Sentimen Sosial	<ul style="list-style-type: none"> Pengguna Twitter dan Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> Gnip, dan masih banyak yang lainnya
Macro	<ul style="list-style-type: none"> Pemerintah dan para ekonom 	<ul style="list-style-type: none"> Mergerize by Estimize
M&A	<ul style="list-style-type: none"> Rumor mill 	<ul style="list-style-type: none"> Reuters, Pemerintah, Ekonomi Konsensus, Estimize
Strategi	<ul style="list-style-type: none"> Manajer Keuangan Pengembang Algo 	<ul style="list-style-type: none"> FoF, perusahaan multistate Quantopian, QuantConnec

Contoh 1: Estimasi Penghasilan dari Crowdsourced

Estimize adalah platform inovatif di mana - analis crowd atau investor amatir dan profesional - memasok perkiraan EPS dan keuntungan masa depan perusahaan. Kontributor dapat mengungkapkan nama dan status profesional mereka (sisi pembelian, peneliti independen, pedagang perorangan, mahasiswa, dll.). Kumpulan 7.000 kontributor dibagi rata di antara grup-grup ini.

Rata-rata sederhana dari prakiraan kerumunan lebih akurat daripada Wall Street 61,8% dari waktu ketika setidaknya ada tiga peramal yang berkontribusi. Angka - angka ini meningkat menjadi 64,8% dan 66,3% ketika membutuhkan 10 atau 20 peramal, khususnya. Ada beberapa hipotesis tentang mengapa kerumunan lebih akurat daripada para ahli. Meskipun layanan seperti StarMine telah membawa lebih banyak akuntabilitas untuk penelitian sisi jual, akurasi EPS hanya satu masukan ke dalam kompensasi dan keunggulan analis. Ada bias perilaku dalam estimasi pendapatan sisi jual, termasuk menggiring. Seorang *forecaster* tidak mungkin membuat perkiraan penting dari konsensus, karena takut salah. Batasan peraturan pada analis sisi jual membatasi kemampuan mereka untuk menghasilkan pembaruan penelitian yang tepat waktu. Jadi perubahan dalam perkiraan sisi jual cenderung bertahap. Bias kelembagaan mungkin juga ada. Banyak analis dipekerjakan oleh institusi yang juga termasuk lengan bank investasi. Jika bank-bank ini ingin mempertahankan bisnis advisory dari klien korporatnya, mungkin ada tekanan untuk memberikan prakiraan optimis pada emiten tertentu.

Kita dapat mengukur apakah akurasi yang lebih baik membantu investor dengan melihat reaksi harga saham terhadap perusahaan yang mengalahkan ekspektasi sisi jual, versus yang mengalahkan ekspektasi kerumunan. Harga bereaksi lebih kuat terhadap kejutan sebagai tolok ukur terhadap kerumunan; reaksi pasar ahli- benchmarked adalah setengah besarnya dari reaksi crowd-benchmarked, dan berbalik setelah satu hari, sedangkan reaksi dari kerumunan lebih permanen. Jadi data crowdsourced lebih mewakili ekspektasi pasar akan pendapatan, dan investor yang menggunakannya bisa mendapatkan keuntungan dari pendapatan yang tidak terduga (lihat Gambar berikut).



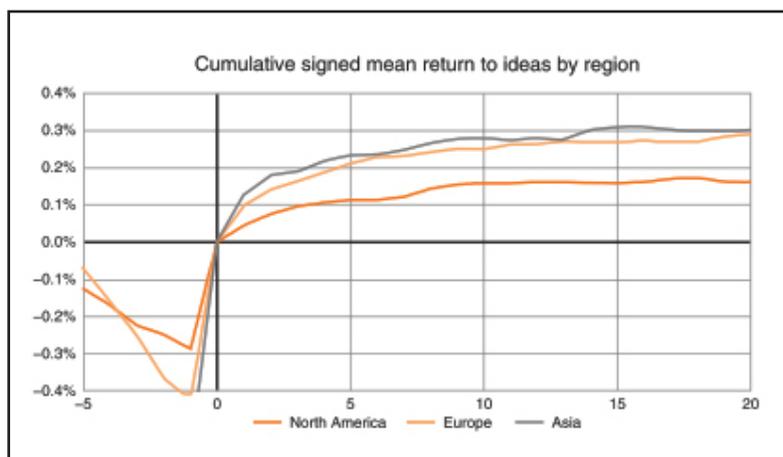
Gambar: Sisa pengembalian kumulatif hingga > 5% kejutan

Akurasi kontributor tetap ada dari satu kuartal ke kuartal: kontributor dengan peringkat lebih baik 36% lebih mungkin untuk tetap memiliki peringkat lebih baik di masa depan, dan kontributor berperingkat buruk 36% lebih cenderung untuk tetap berperingkat buruk, daripada beralih ke sebaliknya. Jadi kami dapat meningkatkan perkiraan kami dengan berfokus pada kontributor terbaik .

Contoh 2: Alpha Capture

“Alpha Capture” mengacu pada penggunaan ide perdagangan oleh investor institusional dari penjualan riset sisi penjualan dan penjualan spesialis untuk mendorong proses investasi. Ide-ide ini berbeda dari rekomendasi yang dikeluarkan oleh meja analis riset pialang, dan dikomunikasikan secara pribadi kepada klien, yang memberi kompensasi kepada perusahaan pialang untuk ide-ide tersebut dengan komisi perdagangan atau uang tunai. Gagasan memiliki jangka waktu lebih pendek daripada rekan-rekan meja penelitian mereka dan lebih merata antara Beli dan Jual.

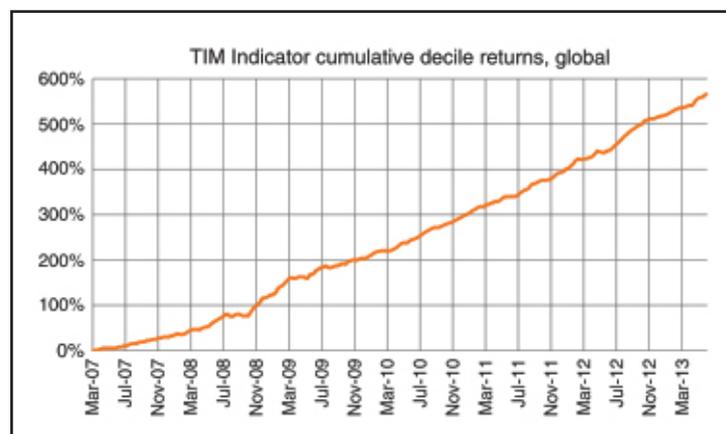
TIM Group menawarkan platform penangkapan alfa terkemuka di industri, yang disebut Ide TIM. TIM Ideas memiliki kumpulan data ide perdagangan yang unik tentang sekuritas global dari tahun 2006 oleh 300 pialang dan 3.000 “penulis” unik. Ide perdagangan tidak digabungkan ke dalam database tunggal, dan hanya dengan menggunakan TIM kita dapat memahami manfaat dari menggabungkan perkiraan yang berbeda. Kami memeriksa pengembalian ide perdagangan - dalam Gambar berikut kami telah membalik tandanya sehingga kami mengharapkan pengembalian untuk ide Beli dan Jual terlihat positif. Kami telah membatasi analisis kami pada saham dengan kapitalisasi pasar sekurang-kurangnya US \$ 100 juta, volume perdagangan harian \$ 1 juta, dan harga \$ 4, dan kami telah menyesuaikan pengembalian yang diperhitungkan dalam industri dan faktor risiko umum. Kami melihat hasil yang kuat untuk sepuluh hari perdagangan di semua wilayah. Karena cakrawala ide perdagangan yang pendek, menindaklanjutinya pada waktu yang tepat adalah penting.



Gambar: Tingkat pengembalian rata-rata bertanda tangan kumulatif ke gagasan menurut wilayah

Kinerja penulis harus ulet: penulis yang memiliki ide yang menguntungkan di masa lalu terus memberikan ide perdagangan yang unggul di masa depan. Penulis 47% lebih mungkin untuk tetap berada dalam kelompok kinerja ekstrim (kuintil atas atau bawah) daripada mereka jatuh ke kuintil yang berlawanan.

Ide teratas juga dapat digabungkan menjadi sinyal pemilihan saham, Indikator TIM. Pengembalian panjang/pendek ke sinyal ini ditunjukkan pada Gambar berikut. Rasio Sharpe kotor dari strategi yang digerakkan oleh ide perdagangan, luar biasa, lebih dari 5, dan angka-angkanya dengan nyaman bertahan dari biaya transaksi, menunjukkan bahwa ide perdagangan crowdsourced dapat digunakan untuk menghasilkan alfa yang signifikan.

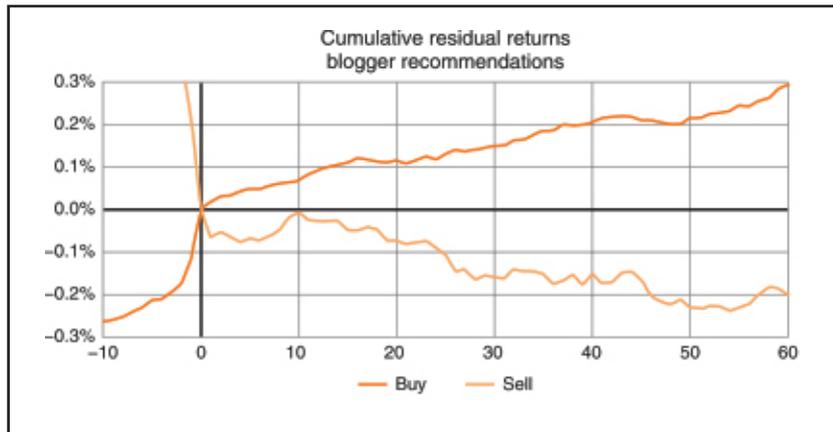


Gambar: Hasil desil kumulatif Indikator TIM, global

Contoh 3: Blogger Keuangan

Perhatian pada alpha crowdsourced telah difokuskan pada sentimen yang memikat id di Twitter. Sentimen mikroblog dieksplorasi dengan baik, jadi kami fokus pada subset yang lebih relevan dengan keuangan dari media sosial, blogger keuangan. Blog seperti Seeking Alpha dan Motley Fool menghasilkan konten yang dirancang untuk memprediksi aksi, tetapi kurang dimanfaatkan oleh investor institusional. TipRanks mengumpulkan saran investasi dari 65 berita dan sumber blog keuangan, dan menerapkan Natural Language Processing (NLP) untuk mendapatkan ukuran sentimen. 122.000 rekomendasi dari lebih dari

4.000 penulis di lebih dari 2.000 ekuitas AS telah dikumpulkan secara real time, menciptakan koleksi sentimen yang berkualitas. Blog ini ditargetkan untuk alasan keuangan, dengan artikel oleh investor sisi beli dan pakar industri. Kontributor sering diberi kompensasi, dan biasanya mengungkapkan posisi yang ada untuk mengurangi dampak dari potensi konflik kepentingan.

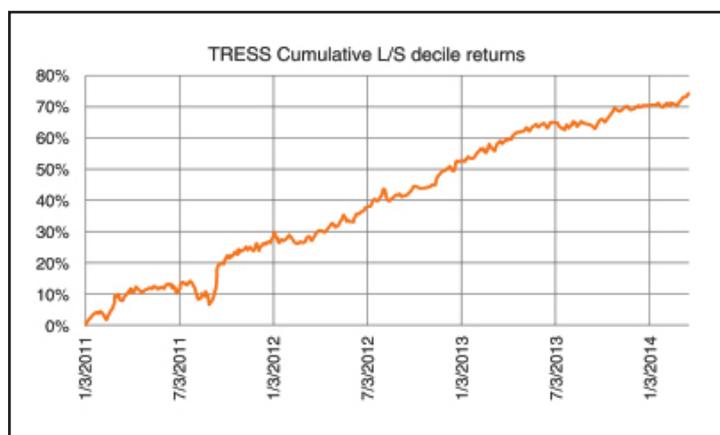


Gambar: Rekomendasi *blogger* pengembalian sisa kumulatif

Tabel: Hasil historis dari portofolio netral pasar ekuitas yang dibangun menggunakan Indikator TIM

Region	Decile Annual Return	Decile Sharpe Ratio	Decile Hit Rate % days	Stocks per Decile	Decile Daily Turnover
Global	29.61%	5.52	69%	336	12%
North America	20.84%	2.56	59%	164	11%
Europe (excluding UK)	42.17%	5.02	65%	56	13%
United Kingdom	44.73%	3.7	61%	25	15%
Japan	31.70%	3.19	59%	50	12%
Asia (excluding Japan)	35.60%	2.79	59%	36	12%
Australia and New Zealand	36.84%	2.02	57%	13	13%

Pada Gambar berikut, kami menunjukkan pengembalian sisa untuk rekomendasi Beli dan Jual dari posting blog keuangan, dengan alam semesta seperti sebelumnya. Karena fokus ritel dari postingan blog ini, 84% rekomendasinya adalah Beli. Jelas ada alpha dalam posting blog keuangan. Strategi investasi netral pasar yang membeli saham dengan rekomendasi Beli baru-baru ini dan mengambil saham dengan rekomendasi Jual baru-baru ini secara signifikan lebih menguntungkan, seperti yang ditunjukkan pada Gambar berikut, yang menggunakan Sinyal Sentimen Pakar TipRanks (TRESS).



Gambar: Desil L / S kumulatif TRSS

Strategi berbasis blog keuangan menunjukkan pengembalian tahunan sebesar 18,8% dan rasio Sharpe 2,13 selama periode waktu ini dalam istilah mark et-neutral, yang menunjukkan kekuatan data blog keuangan yang relatif belum dieksploitasi ketika diterapkan secara sistematis.

Singkatnya, manajer investasi sekarang memiliki akses ke kumpulan data inovatif yang menggunakan crowdsourcing alpha, dan yang memungkinkan mereka membedakan arus pengembalian mereka dari investor yang terus menggunakan kumpulan data yang dikomoditisasi. Kumpulan data ini menawarkan peningkatan kinerja yang signifikan dan terukur dibandingkan sumber tradisional. Dengan semakin banyaknya data yang tersedia bagi manajer investasi, dan karena jenis prakiraan yang dapat dikembangkan secara crowdsourced, manajer investasi dan klien mereka akan mendapatkan keuntungan.

6.8

Melakukan Crowdsourcing Hedge Fund

Hedge Fund adalah kontrak investasi kolektif privat yang dikenakan biaya imbal jasa berbasis kinerja dan biasanya ditawarkan secara terbatas kepada investor kelas atas.

Investasi kuantitatif, menggunakan algoritme komputer untuk merusak portofolio, membawa insentif ekonomi yang sangat besar. Lima dari enam manajer kesenangan lindung nilai teratas pada tahun 2014 adalah quants. Investor kuantitatif Kenneth Griffin dari Citadel I, James Simmons dari Renaissance Technologies, dan Ray Dalio dari Bridgewater masing-masing memperoleh lebih dari \$ 1 miliar pada tahun 2015 saja. Bridgewater sendiri memiliki \$ 169 miliar dalam pengelolaan. Dana Pure Alpha mereka yang diinformasikan secara algoritme memiliki pendapatan tahunan rata-rata 18%, setelah kehilangan uang hanya dalam tiga tahun dari 20 tahun masa pakainya.

Namun, di dunia dengan 7 miliar orang, hanya ada sekitar 5.000 quants profesional. Mengapa kita harus percaya bahwa hanya sekelompok kecil manajer yang mampu memanfaatkan algoritme untuk menghasilkan keuntungan tertinggi? Lompatan harian dalam bidang teknik dan otak dari keuangan ke teknologi yang terdokumentasi secara luas menjadi bukti ulang bahwa tidak semua bakat investasi berada di kubikel dana lindung nilai elit. Saya individuals dari berbagai latar belakang yang mampu mengalahkan pasar. Jika digabungkan, bakat ini berpotensi untuk bersaing dengan lembaga terbaik Wall Street. Ada peluang signifikan bagi kerumunan untuk mengganggu dunia investasi kuantitatif yang dijaga.

Mengapa investasi kuantitatif tidak lebih besar? Haruskah keuntungan finansial tidak menarik lebih banyak orang ke profesi ini? Jawabannya terletak pada dua landasan untuk masuk: teknologi dan rekam jejak. Bagi individu, alat investasi algoritmik sulit untuk dikembangkan dan datanya sangat mahal. Kuantitas yang sendirian akan menghabiskan lebih banyak waktu untuk membangun dan memelihara rig perdagangan daripada dia akan membuat strategi yang sebenarnya. Bahkan jika Anda memiliki platform perdagangan, menarik investor hampir tidak mungkin tanpa rekam jejak yang layak. Siapa yang akan mempercayai Anda? Sebagai spiring manager, satu-satunya harapan Anda adalah mendapatkan pekerjaan di hedge fund yang terakreditasi.

Tetapi bagaimana jika bukan itu masalahnya? Bagaimana jika setiap orang memiliki alat yang mereka butuhkan untuk membuat rekam jejak dan meningkatkan dukungan modal? Tentunya, dengan peralatan yang tepat, banyak ilmuwan, insinyur, dan penghobi dunia akan menerapkan kecerdasan mereka ke pasar. Demokratisasi keuangan kuantitatif ini sudah berjalan dengan baik.

Sumber data yang dapat diakses, sumber daya pendidikan gratis, penelitian berbasis cloud berbiaya rendah, pengujian kembali, dan platform eksekusi sedang meningkatkan kualitasnya. Tetapi bahkan dengan alat yang tepat, quants individu membutuhkan pihak ketiga untuk memberikan back-testing dan hasil perdagangan langsung cap legitimasi. Tanpa skala yang tidak memihak untuk membandingkan manajer, investor tidak akan pernah membuang modal mereka ke belakang kerumunan. Waktunya telah datang untuk memberikan calon quants kesempatan untuk mendapatkan garis-garis mereka. Forum kompetitif di bidang lain telah melahirkan jaringan perekrutan yang efisien. Arena kompetitif TopCoder untuk pemrogram dan papan peringkat ilmu data Kaggle telah menjadi sumber daya bagi para pencari kerja untuk mengkomunikasikan keterampilan mereka kepada calon pemberi kerja. Tentunya, dunia keuangan kuantitatif bisa mengikuti model ini. Tidak lebih dari ide bagus yang diperlukan untuk mulai mengembangkan rekam jejak yang diperlukan untuk menarik investasi.

Struktur dan implementasi dari platform sumber daya kuantitatif ini tidak boleh diabaikan. Sangat tidak mungkin bahwa manajer yang baik akan bersedia untuk hanya menunjukkan kode algoritme mereka kepada calon investor. Apa yang akan menghentikan investor untuk mencuri ide tersebut? Kegagalan pasar ini dieksplorasi oleh Kenneth Arrow dalam "Paradoks Informasi Panah" yang terkenal. Paradoks tersebut menyatakan bahwa kekayaan intelektual (IP) yang berharga hanya akan berpindah tangan ketika pembeli merasa yakin bahwa mereka membeli teknologi yang bagus dengan harga yang wajar. Namun, jika penemuan terungkap kepada pembeli dalam proses pra-penjualan, itu berlaku untuk dia atau dia. Akibatnya, IP yang berharga tidak mungkin berpindah tangan tanpa perlindungan paten. Untuk menghindari friksi perdagangan IP ini, semua evaluasi algoritme harus didasarkan pada analisis pengembalian strategi, bukan pada kode yang mendasarinya.

Untuk memverifikasi validitas rekam jejak pengembalian, platform investasi itu sendiri harus menjalankan tes pada algoritme yang dinilai sambil menjaga kodenya tetap terenkripsi. Mengizinkan individu untuk mengirimkan data mereka sendiri akan membuat investor rentan terhadap penipuan. Eksekusi massal dan perbandingan algoritme investasi ini hanya layak jika algoritme itu sendiri ditulis dalam format standar. Untuk membuat format umum dan proses evaluasi ini menarik bagi quants, diperlukan pembuatan algoritme all-in-one dan paket perbandingan yang kuat. Ketika sebuah platform untuk meneliti, menulis, menguji kembali, menyebarkan, dan membandingkan strategi perdagangan menjadi investor di basis penggunaannya sendiri, sebuah simbiosis muncul. Quant mendapatkan platform gratis untuk meneliti dan menulis algoritme yang akan selalu menjadi kekayaan intelektual mereka sendiri dan peluang untuk memenangkan dukungan modal yang signifikan. Sementara seluruh dunia dibiarkan menganalisis pengembalian triwulanan pada beberapa lusin strategi, investor platform dapat membangun portofolio mereka dengan melihat secara cermat pengembalian dari ratusan ribu strategi. Dengan sejumlah besar data di tangan, dana dapat berinvestasi lebih akurat dalam algoritma yang kuat dan tidak berkorelasi yang diperlukan untuk membentuk portofolio terdiversifikasi yang elegan.

Untuk memahami keindahan penuh dari dana lindung nilai crowdsourced, pertama-tama kita harus mendefinisikan istilah teori portofolio "diversifikasi". Diversifikasi adalah pengurangan risiko secara sistematis melalui kepemilikan arus pengembalian yang tidak berkorelasi. Pikirkan pengembalian

harian suatu aset sebagai jumlah dari tingkat pertumbuhan mendasar yang sebenarnya dan istilah risiko. Setiap hari, istilah risiko itu menarik nilai (yang bisa positif atau negatif) dari distribusi normal dan menambahkannya ke harga aset. Elemen acak dari pergerakan harga ini mendefinisikan volatilitas aset. Ketika kami memegang sekeranjang aset yang beragam, kami berharap korelasi istilah risikonya menjadi lebih rendah. Dengan istilah risiko yang tidak berkorelasi, kami berharap fluktuasi harga harian tersebut saling membatalkan. Dengan mengisolasi tingkat pertumbuhan aset kami, diversifikasi memungkinkan kami untuk mencapai target pengembalian dengan volatilitas yang lebih rendah.

Pengelola uang menggunakan "rasio Sharpe" (pengembalian tahunan portofolio yang melebihi pengembalian obligasi pemerintah bebas risiko dibagi dengan volatilitas portofolio) untuk mengukur keseimbangan antara risiko dan imbalan strategi masa lalu. Rasio Sharpe sangat berguna dalam hal mengekspos diversifikasi hasil. Misalnya, beberapa matematika sederhana memberi tahu kita bahwa portofolio 15 aliran balik yang tidak berkorelasi, masing-masing dengan rasio Sharpe hanya 0,2, kemungkinan akan menghasilkan Sharpe agregat 1,0. Bahkan jika Anda mengejar pengembalian tinggi, strategi dengan volatilitas rendah relatif terhadap pengembalian mungkin lebih disukai. Leverage, dana pinjaman broker yang dapat digunakan untuk membeli lebih banyak aset, dapat digunakan untuk meningkatkan pengembalian sekaligus menjaga volatilitas di bawah ambang batas yang dapat diterima.

Selama 30 tahun terakhir, sebagian besar diversifikasi portofolio terjadi melalui penyertaan jenis aset yang tidak berkorelasi. Setiap "hal" baru yang disekuritisasi menjadi peluang untuk mengimbangi risiko kelas aset lain. Namun, pada titik tertentu, mengandalkan aset tradisional untuk melakukan diversifikasi ada batasnya. Perbatasan baru untuk diversifikasi dibuka ketika aset dalam portofolio Anda sebenarnya adalah portofolio itu sendiri. Bayangkan sebuah portofolio sinyal perdagangan di mana setiap sinyal memiliki tingkat pengambilan keputusan yang buruk dan pengambilan keputusan yang baik. Untuk meminimalkan risiko Anda pada tingkat profitabilitas tertentu, Anda ingin keputusan yang buruk berdasarkan masing-masing sinyal menjadi peristiwa yang tidak berkorelasi. Mengingat korelasi yang rendah antara kualitas keputusan harian dari sinyal Anda, bahkan sedikit bias terhadap pengambilan keputusan yang baik sangat mungkin menghasilkan keuntungan yang stabil. Kunci untuk menurunkan korelasi antar sinyal adalah keragaman sumber data dan interpretasi data.

Ledakan ketersediaan data baru-baru ini telah sangat meningkatkan potensi diversifikasi sinyal. Menurut laporan 2014 IBM, 90% data yang dihasilkan oleh manusia telah dibuat dalam dua tahun terakhir. Dengan bertambahnya kumpulan data yang tersedia, potensi diversifikasi melalui interpretasi data meluas dengan kecepatan yang jauh lebih cepat. Dengan munculnya "big data" telah muncul kembali aktivitas R&D dalam statistik, pembelajaran mesin, dan komputasi terdistribusi. Data sedang ditambang untuk mendapatkan wawasan dan pengoptimalan baru dengan cara yang tidak mungkin dilakukan bahkan beberapa tahun yang lalu. Untuk setiap set data tambahan yang tersedia, ada lusinan cara data dapat digunakan untuk menghasilkan sinyal perdagangan.

Di sinilah peran crowdsourcing. Dengan berinvestasi dalam kumpulan strategi kuantitatif yang disempurnakan yang diambil dari crowd, input, parameter, dan teori yang mendasari di balik masing-masing strategi ini menjadi sumber diversifikasi yang potensial. Mengumpulkan strategi ke dalam portofolio bukanlah ide baru. Pertama kali diperkenalkan pada tahun 1960-an, model "dana dana" telah menarik perhatian dan investasi arus utama yang substansial. Namun, tidak ada reksa dana yang pernah memanfaatkan potensi manfaat dari investasi gabungan dalam skala besar. Jika kita berasumsi

bahwa keterampilan manajer antara quants independen terdistribusi normal, mengingat cukup algoritma s, probabilitas menemukan promi bernyanyi koleksi berkorelasi strategi sangat tinggi.

Selama seratus tahun terakhir, hedge fund telah dijalankan sebagai institusi yang sangat tersentralisasi. Hanya sekelompok manajer yang berpendidikan tinggi dan manajer yang terbukti mengetahui rahasia proses investasi. Bahkan dengan dana yang besar, tidak jarang pemain satu bintang melakukan semua tembakan. Paradigma pengambilan keputusan yang terkonsentrasi ini akan ditantang oleh kearifan kolektif dari crowd. Ketika individu di mana pun diberikan alat untuk membangun rekam jejak dan memenangkan investasi, meritokrasi sejati menjadi kenyataan dalam keuangan kuantitatif.

6.9

Menyediakan Capital dan Beyond

Orang-orang menggunakan kata uang dan modal secara bergantian, tetapi itu adalah kesalahan. Modal langka. Jangan percaya siapapun yang berkata sebaliknya. Di sisi lain, uang berlimpah. Itulah sebabnya kami melihat tingkat suku bunga yang mendekati nol atau negatif untuk uang yang disimpan di bank. Uang tidak banyak berguna jika tidak produktif. Modal di sisi lain adalah uang yang diinvestasikan dan digunakan secara produktif. Oleh karena itu, bahkan lebih langka jika menyangkut modal malaikat atau ventura, yang dicari untuk diinvestasikan dalam perusahaan yang dijalankan oleh orang lain. Sebuah blog dari Reid Hoff Man mengatakan bahwa seorang mitra umum melihat beberapa ribu (Anda membacanya dengan benar) perusahaan sebelum berinvestasi paling baik di dua perusahaan, pada tahun tertentu.

Mengapa saya mengatakan ini? Apakah itu modal publik langka yang disediakan untuk memulai firma oleh pemerintah dalam bentuk hibah, pinjaman, ekuitas, dan potongan pajak atau modal swasta yang disediakan oleh angel investor, modal ventura, VC perusahaan, dan firma ekuitas swasta, itu adalah tanggung jawab yang diperintahkan kepada mereka untuk memastikan bahwa dana tersebut digunakan dengan sangat baik. Namun, tidak banyak perusahaan muda yang mencapai ambang penggunaan yang baik, yang berpotensi menghasilkan keuntungan berlipat ganda dan manfaat lain seperti penciptaan lapangan kerja atau kelestarian lingkungan bagi pemangku kepentingan mereka. Tidak heran, jika hampir empat dari lima perusahaan baru bahkan tidak mengembalikan modal yang diinvestasikan. Ini juga sayangnya, untuk alasan yang baik.

Investor, baik swasta maupun pemerintah, memasukkan uang ke dalam start-up yang menyatukan ide, produk, tim, dan keterampilan pelaksanaannya, dan menciptakan nilai, nilai yang sangat besar, bagi mereka. Nilainya dapat berbentuk apa saja. Ini mungkin merupakan keuntungan finansial murni bagi investor swasta, sementara bagi pemerintah dan badan kuadrat mungkin pada dasarnya adalah penciptaan lapangan kerja yang lebih besar atau menguntungkan di bidang-bidang seperti kesehatan publik dan pendidikan. Bagaimanapun, agar kekuatan-kekuatan ini menciptakan nilai, mereka membutuhkan penggerak yang mendasari untuk beroperasi bersama-sama dan pada potensi optimal mereka. Semua variabel / pendorong yang mendasari ini saling berhubungan dan, jika semuanya ada, secara substansial dapat meningkatkan kemungkinan sukses. Mereka tidak selalu beroperasi sendiri-sendiri dan seringkali menjadi bagian dari ekosistem yang lebih besar. Di sinilah komunitas investor swasta dan publik dapat , menurut saya, sangat perlu, memainkan peran yang jauh lebih efektif.

Sementara beberapa investor swasta seperti angel dan firma modal ventura awal mengambil peran aktif seperti direktur dewan, dvisor, mentor, *Entrepreneur in Residence* (EiR) dan sejenisnya, membantu perusahaan investasi dari dalam dan luar, bab ini mengatasi masalah yang lebih besar di ruang publik yang dapat diatasi oleh ibu kota swasta dan pemerintah. Mengatasi beberapa masalah ini sangat transformasional sehingga mungkin diperlukan waktu hingga satu generasi agar penggerak dapat sepenuhnya efektif. Ini karena ada kelemahan struktural, meskipun beberapa di antaranya mungkin spesifik untuk negara, daerah, atau budaya. Beberapa kekurangan dan kekurangan lainnya dapat diatasi dalam jangka waktu yang lebih singkat.

Apa yang tidak diragukan lagi adalah bahwa daerah-daerah ini membutuhkan regenerasi dan rekayasa ulang besar-besaran, dan kecuali tugas ini tidak dilakukan dengan sangat cepat, akibatnya di masa depan dapat menjadi bencana besar, tidak hanya dalam hal hilangnya peluang untuk penciptaan lapangan kerja, yang pertama. Masalah ketertiban di sebagian besar dunia, tetapi juga menyebabkan kerusakan lebih lanjut pada apa yang mungkin sudah menjadi kohesi sosial yang rapuh, setidaknya di beberapa kota terdalam.

Kesenjangan Digital yang Lebar

Akses ke teknologi adalah masalah infrastruktur mendasar, di beberapa tingkat, dengan konsekuensi besar, tetapi khususnya untuk mengembangkan ekosistem teknologi yang sehat dan menghasilkan lapangan kerja. Di satu sisi, sebagian besar penduduk di banyak negara tidak memiliki sarana literasi, apalagi literasi digital, untuk mengakses pengetahuan, sarana, dan aset digital. Karena teknologi dan inovasi terus maju dengan kecepatan yang rapi, kesenjangan menjadi semakin akut bagi mereka yang kurang beruntung secara digital. Ini adalah perpecahan yang sangat mencolok bahkan di negara maju, apalagi negara berkembang dan terbelakang. Kurangnya literasi digital, ditambah dengan populasi yang menua di sebagian besar benua Eropa, adalah salah satu contohnya. Izinkan saya memperkuat ini dengan contoh kehidupan nyata.

Berkat teknologi, banyak layanan perbankan dan keuangan telah beralih ke online. Namun, bank, bahkan mereka kekurangan modal, dipaksa untuk menjaga tota terbuka lly cabang unviable untuk melayani orang-orang yang tidak bisa pergi secara online dan menggunakan internet banking dan, karena itu, membutuhkan layanan di-orang. Kantor pos tetap terbuka untuk menerima tabungan kecil dan membagikan pembayaran manfaat kepada para lansia. Akibatnya, biaya distribusi dan pengiriman menjadi semakin tinggi sehingga merugikan wajib pajak. Hal ini juga menghalangi start-up yang memberikan layanan ini secara digital dari kesempatan untuk meningkatkan layanan bagi semua yang membutuhkan layanan keuangan. Hasilnya adalah kerugian modal pada kedua hal tersebut: satu, kasus pengeluaran publik yang lebih tinggi dan kasus lainnya, kasus potensi kerugian pendapatan.

Kurangnya kesadaran digital dan literasi juga memiliki efek merusak lainnya pada masyarakat. Jumlah kasus pelanggaran data pribadi, orang-orang yang ditipu dari dana mereka, dan kejahatan yang bahkan lebih serius seperti keamanan pribadi yang dikompromikan, meningkat berkat pembagian literasi antara yang sadar digital dan yang kekurangan digital. Hal ini jelas membebani keuangan negara karena pemerintah harus mengeluarkan banyak sumber daya untuk melindungi orang yang tidak bersalah secara digital dari yang tidak bermoral tetapi canggih secara digital.

Alasan utama lainnya dari kesenjangan digital adalah kurangnya akses. Di banyak negara, infrastruktur komunikasi tidak seragam dan tidak sepenuhnya dapat diandalkan. Wilayah yang luas masih belum terkoneksi dengan internet dengan bandwidth yang dapat diandalkan. Kemudian ada kebutuhan akan pendidikan dan pelatihan digital di daerah yang sangat jauh ini. Lalu bagaimana perusahaan muda membuat produk dan layanan mereka tersedia untuk orang-orang dan bisnis di tempat-tempat ini. Meskipun mereka dapat melakukannya, apakah dengan harga yang terjangkau bagi pembeli dan penjual? Berapa banyak calon pelanggan yang hilang dari perusahaan baru hanya karena masalah ini?

Pembenahan Pendidikan dan Pelatihan Skala Besar

Salah satu kelemahan terbesar dalam dunia pendidikan formal, terlihat di seluruh dunia, adalah kenyataan bahwa banyak kurikulum tetap tidak berubah selama bertahun-tahun. Ditambah fakta bahwa hal itu sering dilakukan terlepas dari kenyataan kehidupan di luar sekolah dan kesenjangan signifikan lainnya muncul. Teknologi bergerak dengan kecepatan supersonik, sementara sebagian besar kurikulum sekolah bergerak, jika memang ada, seperti gerobak sapi, sangat lambat. Laju pertumbuhan produk elektronik konsumen, layanan keuangan, pemrosesan data besar, pertumbuhan layanan pengiriman melalui cloud, seluler, dan media sosial tidak hanya tak tertandingi oleh laju pendidikan dan pelatihan, tetapi perbedaannya sangat besar dan meningkat dari hari ke hari. Hal ini menyebabkan, dan telah menyebabkan, defisit pasokan besar-besaran dalam hal sumber daya teknis untuk bisnis secara umum, tetapi lebih khusus lagi bagi perusahaan baru, yang hampir tidak mampu membayar biaya tinggi yang terkait dengan mempekerjakan sumber daya yang sangat sedikit dan langka yang tersedia di sini. bidang yang didorong teknologi. Bicaralah dengan kelompok start up mana pun di kota mana pun di dunia saat ini dan kurangnya sumber daya teknis akan ditandai sebagai masalah nomor satu.

Namun segi lain dari banyak sistem pendidikan formal adalah ketergantungannya pada hafalan dan premi yang diberikannya pada nilai tinggi. Ini memusatkan pikiran muda pada kesegeraan untuk mendapatkan nilai yang lebih tinggi dan masuk ke sekolah dan universitas terbaik. Kecuali beberapa universitas besar, hampir tidak ada pengakuan yang diberikan untuk eksperimen, inovasi, pengambilan risiko, dan kepemimpinan publik dalam kurikulum di sebagian besar universitas, apalagi sekolah. Ada juga budaya yang diwariskan di sebagian besar masyarakat di mana kegagalan mengundang kritik keras dan aib publik. Ini hampir tidak kondusif untuk mempromosikan lingkungan di mana memulai perusahaan swasta atau berinvestasi di salah satunya, yang keduanya melibatkan kecenderungan untuk mengambil risiko tanpa takut akan potensi kegagalan, didorong.

Pendidikan, pelatihan, dan mengimbangi inovasi hanya sedikit lebih baik di tingkat perusahaan besar dan peraturan. Regulasi tertinggal dengan selisih yang besar, bahkan di domain yang relatif lebih tua seperti perangkat medis dan pengujian obat, crowdfunding, dan e-commerce belum lagi sejumlah inovasi terbaru seperti bitcoin, blockchain, dll. Ketika hanya satu dari lima ribu synthesizer diuji digunakan dan hanya satu dari tiga obat yang akhirnya lolos untuk digunakan titik impas dalam hal jumlah, yang diperlukan dari regulator adalah pendekatan adaptif yang berorientasi pada hasil. Kasus terbaru dari obat-obatan Ebola eksperimental yang cepat melacak seharusnya sangat instruktif. Tapi apakah kita selalu harus menunggu keadaan darurat untuk mendorong inovasi lebih cepat? Selain itu, perusahaan besar perlu merekayasa ulang rantai pasokan mereka untuk mengakomodasi pembelian produk dan layanan dari perusahaan kecil. Waktu dan sumber daya yang dihabiskan untuk menarik perusahaan

besar sebagai klien, meskipun kasus bisnisnya bagus, tidak terjangkau oleh kebanyakan perusahaan baru.

Pembiayaan Pertumbuhan dan Exit Opportunities

Ekosistem start-up hanya bisa sekuat dorongan dan peluang yang tersedia bagi pengambil risiko muda dan ovator penginapan untuk dimanfaatkan. Salah satu pilar penting dari ekosistem ini adalah ketersediaan pembiayaan pada tahap awal dan pembenihan. Namun, ini hanya mungkin, atau dalam kasus apa pun yang difasilitasi, dengan mendaur ulang benih lama dan uang tahap awal, sebagai tambahan untuk menginstruksikan uang baru. Intinya, 'early angel' perlu mendapatkan kembali investasi awal mereka sehingga mereka dapat berinvestasi dan mengurangi risiko kewirausahaan baru.

Mengumpulkan uang dari orang lain untuk mendanai bisnis awal tidak pernah mudah. Sangat sulit untuk melakukannya pada tahap awal di mana hanya ada sedikit bukti empiris di dalam perusahaan untuk mendukung klaim atau proyeksi apa pun. Angel investor memahami hal ini dan karenanya ada beban pembuktian yang lebih kecil yang dikenakan pada pendiri dan perusahaan baru pada tahap ini. Namun, dalam hal pertumbuhan modal, penggalangan dana mengasumsikan dimensi baru dalam hal kompleksitas. Start-up sering kali harus menunjukkan produk atau layanan minimum yang layak, tingkat daya tarik pelanggan dan, yang terpenting, kekakuan produk atau layanan. Sementara para pendiri dapat dimengerti tidak mau mencairkan banyak pada tahap ini, persyaratan modal ventura seringkali cukup curam: 25% hingga 30% kepemilikan pada tingkat seri A. Mengingat di mana bisnis mereka berada, banyak perusahaan baru tidak menarik tingkat penilaian untuk dapat memberikan sebagian besar perusahaan mereka, di belakang putaran pendanaan dan pengenceran sebelumnya. Di sisi lain, VC tidak siap untuk terlibat dengan perusahaan rintisan di mana kuantum pendanaan mereka di bawah ambang batas minimum. Karena rata-rata VC berinvestasi di tidak lebih dari dua perusahaan per mitra umum per tahun, menurut pendapat mereka kurang optimal bagi mereka untuk menghabiskan banyak waktu dengan perusahaan baru yang tidak dapat menyerap tingkat pendanaan yang nyaman bagi mereka.

Lalu ada poin tentang kekayaan intelektual (IP), atau lebih tepatnya kekurangannya, yang dikeluarkan oleh beberapa dana ventura sebagai alasan untuk tidak mendanai start-up. Ini adalah hari-hari open source yang dapat dimanfaatkan oleh pengembang dan di mana crowdsourcing ide dan desain hampir menjadi norma. Ketika Elon Musk membuka prinsip-prinsip desain Tesla untuk disalin oleh produsen mobil lain, IP seharusnya tidak bernilai besar bagi siapa pun – kecuali kasus penemuan obat yang jarang terjadi – selain menyibukkan beberapa pengacara paten. Facebook, Apple, dan Google memiliki beberapa paten tetapi mereka tidak menghasilkan uang dari paten mereka, juga tidak ada fungsi mereka yang benar-benar tak tergantikan. Ini pada akhirnya semua tentang eksekusi; yaitu, seberapa gesit perusahaan dan produk dalam menerima umpan balik pengguna, menambahkan fungsionalitas baru, dan secara berulang menyediakan produk kaya fitur bagi pengguna, yang semuanya dapat dilakukan tanpa melakukan upaya besar untuk melindungi hak paten.

Pendanaan VC tidak tersedia untuk start-up yang belum mengambil risiko secara substansial, seperti yang telah kita lihat di atas. Tingkat pengurangan risiko yang diharapkan dari permulaan oleh dana ventura tinggi, terutama di area di mana preseden kurang. Pengecualiannya adalah perusahaan rintisan yang didirikan atau didukung malaikat oleh investor yang telah berhasil keluar atau perusahaan baru tersebut berada di domain yang merupakan mode terbaru dan didukung oleh beberapa VC pada saat

yang bersamaan. Semua yang lain harus mencium beberapa kodok sebelum mereka menemukan seorang pangeran VC. Bahkan ketika mereka menemukannya, persyaratannya menjadi penghalang dalam hal ketentuan anti-dilusi seperti ratchet penuh dan sejenisnya, belum lagi biaya tunai yang tidak masuk akal karena uji tuntas dan alokasi opsi saham untuk bimbingan yang dikenakan pada awal. Banyak dari ini tidak terjangkau bagi banyak perusahaan muda. Maka tidak mengherankan jika delta antara pendanaan malaikat dan pendanaan VC sering disebut sebagai “lembah kematian”. Ketidacocokan permintaan-penawaran untuk pendanaan pertumbuhan dengan demikian terlalu menonjol, mengakibatkan upaya menjadi monumental, menyebabkan gangguan dan gangguan yang diakibatkannya dalam kehidupan perusahaan rintisan, akibatnya banyak perusahaan berjuang untuk mendapatkan pendanaan pertumbuhan. Lalu apa obatnya?

Sebuah negara kecil seperti Israel, yang berada di urutan kedua setelah Amerika Serikat dalam jumlah perusahaan teknologi yang terdaftar di Nasdaq, harus mengajari kita di sini. Pada tahun 1993, pemerintah Israel menciptakan Yozma, dana sebesar \$ 100 juta yang dalam tiga tahun menghasilkan 10 dana modal ventura. Di masing-masing, Yozma, mitra swasta Israel, dan mitra swasta asing dengan keahlian pengelolaan dana yang terbukti, semua menginvestasikan jumlah yang kira-kira sama. Sejak awal, pemerintah Israel memberi mitra sektor swasta opsi untuk membeli kepentingannya dalam dana dengan persyaratan yang menarik - sebuah fakta yang sering diabaikan oleh pemerintah lain yang meniru model Yozma. Menurut desas desus opsi itu dijalankan oleh delapan dari 10 dana, yang menguntungkan bagi pemerintah. Lima tahun setelah berdirinya Yozma, aset yang tersisa dilikuidasi melalui lelang. Keluarnya pemerintah menjadi bukti pasar bahwa nilai riil telah dihasilkan dan merupakan salah satu alasan bahwa industri modal ventura Israel tidak hanya menjadi mandiri, tetapi secara bersamaan mencapai lompatan kuantum dalam pertumbuhan.

Di negara-negara seperti Inggris Raya, pada tahap seri A terdapat beberapa peluang untuk mengakses hibah dan dana bersama pemerintah atau kuasi-pemerintah. Sesuai mandat mereka, hibah dan dana bersama ini ditugaskan untuk mendorong start-up melalui pendanaan dan investasi, atau untuk mengisi kekosongan di mana dana angel atau VC gagal. Hal ini terjadi tidak hanya di bidang yang berumur panjang seperti penemuan obat dan produksi dan penjualan alat kesehatan, tetapi juga dalam inovasi teknologi yang mengganggu, yang mempromosikan kesehatan masyarakat, energi bersih, lingkungan yang lebih baik dan, seringkali, hanya menciptakan lapangan kerja yang produktif. Ini memang telah merentang perusahaan dari penemuan obat hingga e-commerce, analitik, hingga kesehatan seluler. Negara dan pemerintah lain mungkin juga meniru model ini.

Banyak negara juga dapat mengikuti contoh Inggris dan beberapa negara Eropa lainnya serta tempat-tempat seperti Singapura di Asia, di mana terdapat konsesi pajak liberal yang diberikan kepada investasi malaikat. Hal ini akan berdampak menarik, sekali lagi, angel investment adalah sebuah tiket besar, sehingga meniadakan perlunya start-up untuk mencari pendanaan seri A sejak dini, sebelum mencapai kematangan produk/proyek dan penetrasi pasar. Memang, program EIS/SEIS pemerintah Inggris cenderung memiliki efek cascading yang fenomenal dalam hal investasi malaikat tambahan begitu malaikat awal mulai keluar secara menguntungkan.

Juga, jika VC dan penyandang dana tahap selanjutnya, termasuk dana pemerintah, dapat menawarkan pintu keluar sekunder di seri A / B sebagai hal yang biasa, bahkan jika hanya sebagian, kepada investor malaikat dan benih, yang terakhir akan siap untuk mendanai start-up lebih bebas, sehingga menunda tahap di mana start-up mencari pertumbuhan. Ini akan memungkinkan seri A / B untuk masuk pada

tahap yang lebih lambat ketika start-up akan memiliki traksi yang cukup dan berada dalam posisi untuk memberikan kenyamanan yang diperlukan untuk VC. Cara lain untuk memberikan peluang keluar bagi para angel dan investor tahap awal adalah dengan menciptakan pertukaran untuk pembelian dan penjualan sekuritas swasta, yang dapat menyediakan likuiditas yang sangat dibutuhkan untuk investasi ini. Ini dapat diatur dengan tepat, seperti yang telah diupayakan India, sehingga ada transparansi penuh dalam sistem.

Partisipasi oleh dana swasta dan publik dalam pertukaran ini akan memberikan peluang fenomenal untuk likuiditas dan konsekuensi daur ulang modal, yang menghasilkan regenerasi konstan dari seluruh ekosistem start-up. Apa yang telah saya uraikan di atas hanyalah beberapa bidang penting yang harus segera diperhatikan oleh kemitraan swasta-publik dan pemerintah. Dana besar, bisnis, dan pemerintah harus terus memprioritaskan sejumlah aspek bisnis lainnya sehingga kita semua dapat mengatasi beberapa tuntutan yang membayangi - sekelompok pemuda yang mencari pekerjaan yang mengarah pada migrasi tenaga kerja skala besar, kemajuan teknologi, dan inovasi yang mendorong konsumen tentang pola dan perubahan iklim, stagnasi demografis di Eropa dan Cina versus dividen demografis di Afrika dan Asia Selatan / Tengah, hanyalah beberapa dari masalah paling mendesak yang akan membentuk sektor FinTech di masa depan.

Bidang-bidang lain ini mencakup pengembangan kapasitas dalam bentuk penciptaan dan pemeliharaan konstan iklim investasi swasta dan publik yang sehat, peningkatan akses pasar ke usaha kecil, pengurangan tekanan dan biaya melakukan bisnis, bantuan dalam meningkatkan bisnis dan, terakhir, secara kreatif membangun pembiayaan dan keluar dari peluang bagi pengambil risiko. Kita dapat melihat bahwa modal manusia sama pentingnya dengan modal investasi tradisional.

Bab 7

Inovasi Perusahaan

Pendahuluan

Inovasi bisnis merupakan hal yang mutlak dilakukan dalam dunia bisnis. Inovasi bisnis adalah perubahan yang terjadi dalam suatu perusahaan dan merupakan salah satu cara untuk mengembangkan sebuah perusahaan menuju arah perubahan yang lebih baik. Inovasi bisnis menjadi sebuah keharusan bagi setiap jenis usaha antara lain: perusahaan dalam skala kecil, skala menengah dan skala besar. Sebuah kalimat bijak mengatakan, “Segala sesuatu mengalami perubahan, hanya perubahan itu sendiri yang tetap”. Maka agar tetap eksis dalam persaingan bisnis, sebuah perusahaan harus menyelaraskan dengan perubahan yang seiring dengan perkembangan zaman.

Pada kenyataannya, sebagian besar perusahaan yang mengabaikan sebuah inovasi, terutama pada perusahaan skala kecil yang masih menggunakan metode konvensional, yaitu segala sesuatu yang dilakukan secara manual dan tidak mengikuti perkembangan bisnis saat ini yang telah menggunakan teknologi canggih untuk segala bagian yang ada dalam perusahaan, seperti pemasaran, operasional, pelayanan serta keuangan.

Inovasi belum menjadi fokus lembaga keuangan sejak krisis keuangan karena pemain mapan harus mengikuti persyaratan peraturan yang terus berubah secara global. Bagian ini memberikan gambaran kepada pembaca tentang bagaimana perusahaan keuangan yang sudah mapan berinovasi dengan memanfaatkan kemitraan internal dan eksternal serta metodologi inovasi.

Bab ini merekomendasikan model tata kelola internal dan keterlibatan pemangku kepentingan yang efektif dan berbagi wawasan terperinci tentang laboratorium inovasi, strategi inovasi perusahaan yang sangat populer. Bab ini juga fokus pada opsi kolaborasi antara lembaga keuangan mapan dan firma FinTech, termasuk *Corporate Venture Investing*, yang menjelaskan cara mengelola cabang investasi internal yang sukses. Terakhir, sektor asuransi dan potensi peluang inovasi yang ada dalam asuransi dibahas.

Tahun 2015 adalah tahun dimana revolusi digital akhirnya melanda industri perbankan. Beberapa berita utama menggambarkan bahwa: investasi global dalam Teknologi Keuangan (FinTech) telah meningkat tiga kali lipat pada 2013–14 dan British Bankers Association mengumumkan bahwa perbankan seluler telah menjadi cara yang disukai pelanggan untuk terlibat dengan bank mereka.

Sebagian besar bank (walaupun masih belum semua) akhirnya menyadari bahwa mereka perlu mulai berhubungan dengan nasabah mereka dengan tingkat kecepatan, transparansi, presisi, dan keadilan yang tidak mungkin dilakukan dengan pendekatan cabang tradisional dan perbankan telepon. Bank mengeluarkan sejumlah besar dana untuk TI, tetapi total investasi mereka secara global hanya diharapkan tumbuh sebesar 4,6% pada tahun 2014–15, dan sebagian besar akan dibelanjakan untuk pemeliharaan sistem lama yang ada.

Dengan perubahan ini, kepemimpinan sebagian besar bank semakin tertarik untuk mencari cara agar menjadi lebih inovatif, dan semakin banyak investasi dialokasikan untuk inovasi. Beberapa bank telah membentuk tim inovasi - sering kali dipimpin oleh “pengganggu” non-perbankan dari industri inovatif lainnya - dan telah mengalokasikan anggaran yang wajar untuk berinvestasi dalam menyebarkan ide-ide baru. Beberapa bank telah terlibat dalam kemitraan dengan akselerator bisnis dan inkubator - ini adalah organisasi yang memilih permulaan FinTech yang menjanjikan untuk dibimbing, didanai, dan bahkan bermitra dengan bank. Terakhir, beberapa bank telah membentuk dana investasi untuk dapat diinvestasikan secara langsung pada perusahaan tahap awal di sektor tersebut.

Semua inisiatif ini memiliki efek yang diinginkan untuk menciptakan tingkat kegembiraan tertentu di dalam bank, dengan sejumlah besar peluang PR untuk menggarisbawahi komitmen mereka terhadap pembaruan dan inovasi. Mereka juga telah menghasilkan daftar panjang kemungkinan proposisi inovatif. Beberapa di antaranya bahkan telah berkembang ke tahap percontohan - tetapi sangat sedikit yang benar-benar telah dikirim sesuai skala basis pelanggan bank. Ini karena bank pada dasarnya tidak dirancang untuk menjadi inovatif.

Budaya bisnis di sebagian besar bank menghargai konsistensi, reliabilitas, prediktabilitas, dan profitabilitas jangka pendek. Nilai-nilai ini telah sangat membantu bank di masa lalu, tetapi sangat tidak sesuai dengan pasar yang sedang terganggu dan membutuhkan kemampuan untuk merespons dengan cepat, seringkali dengan rencana tindakan yang belum didefinisikan dengan baik. Pemutusan budaya ini telah membuat bank tidak dapat menerima pendekatan inovasi berkelanjutan dari bisnis seperti Google dan Amazon, yang dibangun untuk terus berinovasi. Sebagian besar inovasi yang kami lihat di bank didasarkan pada upaya yang mahal dan sulit untuk ditiru secara terpisah.

Apakah ini berarti bank tidak akan mampu berinovasi dan memenuhi tantangan digital? Belum tentu. Bank membangun banyak hal setiap saat. Mereka memiliki prosedur dan pedoman yang mapan untuk melakukan ini yang digunakan secara ekstensif dan teruji dengan baik. Untuk membangun proposisi baru, tim inovasi dalam bank perlu belajar menerapkan pendekatan yang sama pada proposisi inovasi.

Sebagian besar hal baru yang dibangun bank memiliki persyaratan yang sama. Mereka semua memiliki:

- Sponsor dengan pengaruh,
- Pemangku kepentingan yang terlibat,
- Keyakinan akan dukungan pelanggan, dan
- Kasus bisnis dengan justifikasi investasi yang kuat.

Untuk mulai mengirimkan dalam skala besar, tim inovasi bank perlu menggunakan pendekatan serupa untuk semua proposisi yang mereka yakini harus diluncurkan oleh bank mereka. Proposisi ini harus memiliki kasus bisnis yang sebanding dengan investasi bank lainnya .

Untuk mengumpulkan kasus bisnis ini, tim inovasi perlu membuat proses pengiriman yang akan memungkinkan mereka menjalankan dan melakukan beberapa eksperimen setiap tahun, dengan kelonggaran bagi banyak di antaranya untuk tidak berhasil dan untuk memastikan bahwa semua yang berhasil. memenuhi persyaratan untuk diluncurkan dalam skala besar. Komponen utama dari proses ini adalah keterlibatan yang kuat dengan bank, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana bank melakukan sesuatu, dan kemampuan untuk bereksperimen dan menguji ide-ide baru dengan pelanggan dengan cepat dan murah. Inovasi sejati didasarkan pada eksperimen, dan harus dapat diterima bahwa hasil dari beberapa eksperimen mungkin tidak dilanjutkan. Tanpa kegagalan, itu bisa berarti bahwa upaya inovasi terlalu konservatif dan tidak cukup banyak risiko yang diambil. Mengatasi biaya dan durasi juga merupakan kebutuhan mendasar - sebagian besar hal yang dilakukan bank terlalu lama dan mahal. Ini membuat kegagalan menjadi tidak terjangkau. Jika prosedur penyampaian tradisional diterapkan pada inovasi, kegagalan tidak bisa menjadi pilihan.

Mari kita lihat lebih dekat apa yang perlu ada untuk memberikan inovasi:

Sponsor dengan Sway

Salah satu prinsip utama dalam menyampaikan perubahan dalam organisasi besar adalah bahwa segala sesuatunya dibangun atas nama seseorang. Seseorang ini dapat menjadi regulator, Divisi Kepatuhan / Hukum, atau lebih sering menjadi pemilik P&L (*profit and loss* - untung dan rugi). Bahkan ide terbaik, tanpa dukungan dan sponsor dari pemilik bisnis tidak akan terbangun.

Jika dukungan ini tidak ada di sana, seringkali lebih baik bagi tim Inovasi untuk fokus pada proposisi yang memilikinya dan meneruskan yang tidak - bahkan jika ide ini tampak hebat. Inovasi yang layak yang benar-benar dihasilkan dalam skala besar lebih baik daripada yang tidak bagus. Hal terpenting yang harus dipastikan adalah bahwa sponsor berkomitmen untuk mendukung peluncuran skala penuh dari posisi tersebut jika terbukti dengan pelanggan dan memenuhi target pengembalian.

Namun, pendekatan ini memiliki kelemahan. Apa yang harus dilakukan tim inovasi tentang ide-ide kuat tanpa dukungan sponsor yang memadai? Ini bisa menjadi umum, terutama dalam situasi konflik saluran. Tidak ada solusi mudah dalam kasus ini. Pilihannya adalah untuk menyebarkan ide tersebut ke sponsor potensial lainnya – jika tim produk tidak mendukung, maka mungkin tim kepatuhan, yang khawatir dengan perlakuan pelanggan, bisa jadi. Pilihan lain adalah meningkatkan dalam hierarki bank – tetapi opsi ini sering menyebabkan komplikasi politik dan harus digunakan dengan hemat. Pilihan ketiga adalah menunggu dan beralih ke ide berikutnya – ide bagus memang memiliki kecenderungan

untuk bangkit kembali. Namun, secara keseluruhan, akan sangat membantu untuk menyadari bahwa terkadang ide-ide bagus tidak dapat dibangun..

Pemangku Kepentingan yang Terlibat

Yang terbaik adalah tim inovasi mengidentifikasi dan terlibat dengan berbagai pemangku kepentingan - atau penjaga gerbang - secepat mungkin dalam siklus hidup eksperimen, tepat setelah mendapatkan sponsor atau dukungan. Pemangku kepentingan termasuk perwakilan karyawan dari Kepatuhan, Penipuan, Risiko, Keuangan, SDM, Operasi, TI, Pengadaan, dan lainnya. Inilah orang-orang yang dapat menghentikan peluncuran proyek. Adalah kunci bahwa perwakilan dari semua area ini setidaknya diberi informasi tentang eksperimen. Penting untuk melibatkan semua pihak internal yang berkepentingan dari sebuah eksperimen inovasi sejak dini, karena jika pemangku kepentingan akan menghentikan ide baru, lebih baik hal ini terjadi sebelum terlalu banyak waktu dan tenaga yang dihabiskan untuk itu. Menurut pengalaman saya, keterlibatan awal melunakkan sikap pemangku kepentingan dalam hal persetujuan akhir.

Keterlibatan pemangku kepentingan bukan hanya tindakan pencegahan yang diperlukan. Pemangku kepentingan seringkali dapat menjadi kontributor kuat bagi kualitas eksperimen. Saya pernah terlibat dalam sebuah proyek di mana perwakilan dari tim hukum datang dengan nuansa yang secara fundamental mengubah proposisi menjadi lebih baik. Tetapi penting untuk berhati-hati agar tidak kehilangan kendali atas eksperimen karena, jika dibiarkan sendiri, pemangku kepentingan juga dapat dengan mudah merusak eksperimen - sehingga eksperimen keterlibatan dengan mereka harus diperlakukan dengan sangat hati-hati. Pemangku kepentingan memang diperlukan, tetapi perlu dikelola dengan baik.

Keyakinan Pembelian Pelanggan

Cara terbaik untuk memahami jika pelanggan menginginkan sesuatu adalah dengan membiarkan mereka menggunakannya. Jadi, langkah penting berikutnya adalah membuat prototipe yang, sedapat mungkin, terlihat dan terasa seperti produk akhir bagi pelanggan. The non-pelanggan-menghadap ke belakang-en d, meskipun, kadang-kadang dapat dilakukan kurang ketat. Bayangkan sebuah aplikasi yang tampak hebat bagi pelanggan, tetapi integrasi back-end dilakukan oleh kolega yang mengetik dengan sangat cepat untuk memasukkan data ke dalam sistem. Tujuan sebenarnya dari pembuatan prototipe adalah untuk mendapatkan umpan balik pelanggan langsung dari sejumlah besar pelanggan untuk menghentikan ide atau menyusun kasus bisnis yang realistis. Sangat penting bahwa sebuah prototipe harus murah dan cepat untuk membuat potensi kegagalan menjadi terjangkau dan memungkinkan bank untuk menjalankan beberapa percobaan dalam setahun, bukan hanya segelintir. Skala kecil, kecepatan, dan murahness bukanlah atribut yang umumnya dikaitkan dengan kemampuan pengiriman normal sebuah bank, dan oleh karena itu kreator inovasi harus mencari cara untuk membangun proses pengiriman alternatif, mungkin di luar bank, untuk membangun prototipe mereka.

Kasus Bisnis

Kasus bisnis yang kuat adalah prasyarat utama untuk membangun apa pun di bank. Ini adalah dokumen yang memiliki struktur dan isi yang mencerminkan budaya dan keyakinan bank. Karena itu, sangat penting bagi tim inovasi untuk memahami cara membangunnya. Untungnya, jika mereka sudah sejauh ini, mereka cenderung memiliki semua komponen yang diperlukan selaras.

Kasus bisnis membutuhkan pemilik - dalam hal ini sponsor memenuhi perannya. Dia akan bertindak sebagai advokat untuk investasi dalam proposisi di forum pengambilan keputusan yang sesuai. Kasus bisnis akan membutuhkan analisis laba atas investasi. Semua komponen ada di tangan. Hasil prototipe akan memberikan data dasar untuk meramalkan angka pendapatan. Beberapa pemangku kepentingan akan memberikan masukan lain yang diperlukan: TI dan Operasi akan berkontribusi pada analisis biaya dan Keuangan akan memvalidasi analisis keuangan. Pemangku kepentingan lainnya akan memastikan para kasus bisnis memenuhi persyaratan peraturan, penipuan, dan kepatuhan.

Jika dilakukan dengan benar, kasus bisnis dari proposisi inovasi akan terlihat seperti proyek lain yang akan dibiayai oleh bank. Dengan pendekatan ini, inovasi akan disamakan sebagai bisnis seperti biasa, yang secara substansial meningkatkan kemungkinan itu benar-benar disampaikan dalam skala besar.

Pendekatan ini sangat membantu dengan inovasi yang memiliki jalur yang jelas menuju profitabilitas. Seperti yang kita ketahui, ini tidak terjadi pada banyak inovasi. Bagaimana seharusnya pendekatan dengan inovasi yang tidak menguntungkan? Dalam beberapa kasus tidak memiliki jalan menuju profitabilitas berarti bahwa ide tersebut tidak boleh disampaikan dalam skala besar – pada kenyataannya, tujuan utama dari pembuatan prototipe adalah untuk mengidentifikasi ide-ide ini sebelum terlalu banyak waktu dan uang yang dihabiskan untuk itu. Namun, dalam beberapa kasus, proposisi inovasi harus dibangun bahkan tanpa jalur yang jelas menuju profitabilitas. Ini bisa karena persaingan, opini publik, regulasi, dan lainnya. Dalam kasus tersebut juga sponsor, pemangku kepentingan, prototipe, dan pendekatan kasus bisnis akan tetap memberikan kerangka kerja yang tepat untuk membangun proposisi. Inovasi dan perubahan digital mengubah industri perbankan. Ini adalah peran tim Inovasi yang efektif untuk membantu bank memahami, menerima, dan memberikan inovasi kepada pelanggan – bahkan tanpa harus mengubah budaya mereka secara mendasar. Dan karena semakin banyak ide-ide inovatif yang disampaikan, adalah mungkin bahwa budaya bank akan berubah.

7.2

Lab Inovasi adalah Jawabannya

Dalam persepsi publik, dunia perbankan hampir tidak berubah sementara industri lain telah merombak diri mereka sendiri sebagai respons terhadap krisis global dan, belakangan ini, meningkatkan tekanan dari para pelaku digital. Bankir, konsultan, dan regulator di sisi lain akan menyatakan bahwa dunia perbankan telah berubah secara dramatis dan mereka bahkan dapat menunjukkan ribuan juta yang dihabiskan untuk program transformasi di seluruh industri jasa keuangan. Saya berpendapat bahwa klien tidak melihat atau merasakan “transformasi” ini - mereka sebagian besar mendapatkan produk dan layanan yang sama seperti yang biasa mereka lakukan selama 20 tahun. Sementara semua bank sekarang menawarkan platform seluler dan web, jenis informasi yang ditawarkan masih sama dan tidak ada tanda personalisasi produk atau informasi keuangan kontekstual yang memungkinkan pelanggan membuat keputusan keuangan terbaik.

Kehidupan pasti telah mengalami percepatan dibandingkan dengan 20 tahun yang lalu. Sekarang saya dapat membeli barang-barang online mulai dari buku hingga elektronik, bahkan dalam perjalanan saya, dalam jangka waktu yang sebelumnya membutuhkan waktu sehari-hari untuk menjelajah di jalan raya untuk melakukan pembelian terakhir. Sekarang, hanya beberapa detik impulsif dapat membuat

ketidakseimbangan keuangan dan kehidupan orang karena mereka tidak memiliki, di ujung jari mereka, informasi yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan dengan kepercayaan. Sementara semua orang mengira perubahan nyata dalam perbankan akan datang dari perubahan peraturan dan program transformasi besar, tampaknya tekanan gabungan dari pelanggan dan perusahaan rintisan adalah kekuatan gangguan yang lebih kuat. Reaksi cepat dari banyak bank adalah mendirikan laboratorium inovasi untuk memahami dan memenuhi permintaan pelanggan “baru” ini dan bereaksi terhadap mereka dengan cepat. Jika niat untuk berubah tidak hanya menampilkan “inovasi” untuk tujuan PR, maka saya yakin ada dua bidang utama yang harus dipertimbangkan jika ingin membangun dan menjalankan fungsi inovasi yang efektif:

1. Kreativitas dan inovasi membutuhkan lahan subur untuk mewujudkan diri dan lingkungan perlu sengaja diciptakan.
2. Metode yang konsisten untuk menyerap keluaran kreativitas dan inovasi dalam organisasi yang lebih besar perlu diaktifkan.

Yayasan

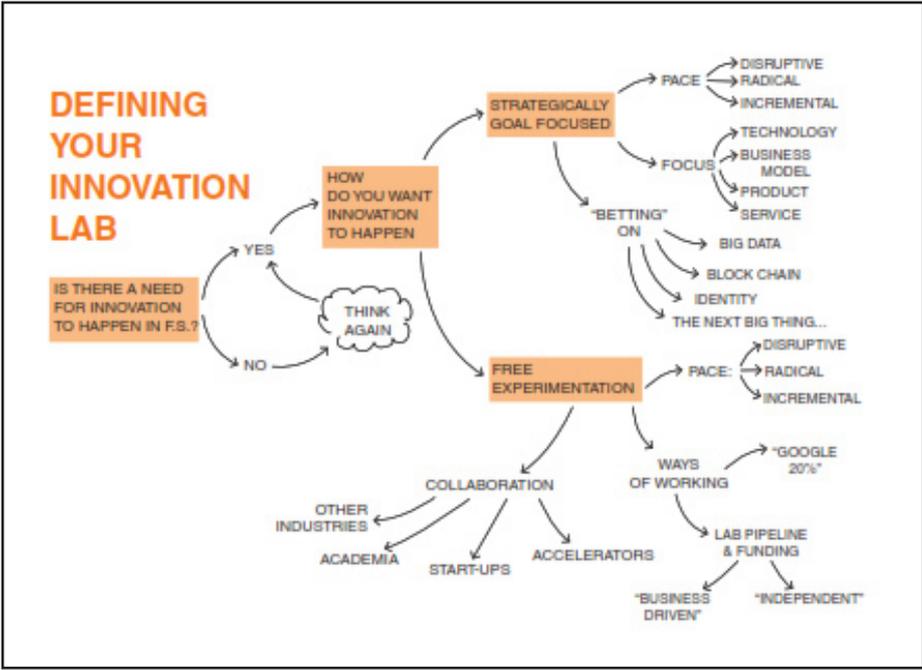
Keputusan awal dalam mendirikan fungsi inovasi mengarah pada dinamika kerja yang berbeda dan sebagai konsekuensinya, pada hasil inovasi yang berbeda secara fundamental.

Pertanyaan kunci untuk manajemen adalah:

- Apakah Anda memiliki visi tentang level yang ingin Anda mainkan? Secara global? Secara nasional?
- Apakah Anda berfokus pada segmen pelanggan atau produk tertentu?
- Bagaimana Anda ingin bank Anda beroperasi dalam lima tahun?
- Apakah Anda ingin fungsi inovasi Anda mengeksplorasi dan bereksperimen untuk menemukan jalan menuju “keadaan masa depan” itu?

Untuk mengilustrasikan poin ini, izinkan saya menguraikan hanya dua kemungkinan skenario dan bagaimana skenario tersebut memengaruhi fungsi inovasi. Mari kita asumsikan pada pandangan e bank bahwa dunia bergerak menuju layanan keuangan yang dijadikan sebagai utilitas, dan mereka akan menyediakan pipa yang selamanya sulit dipahami yang akan memungkinkan inovasi terbuka di atas infrastrukturnya. Bank lain dapat memegang pandangan bahwa mereka harus menjadi platform pilihan Anda untuk melihat status keuangan lengkap Anda melalui memfasilitasi agregasi semua data keuangan Anda. Ini adalah dua visi yang sangat berbeda di masa depan, yang keduanya membutuhkan perubahan penting dalam modus operandi bank ritel yang ada.

Infrastruktur mereka belum memiliki fluiditas atau keterhubungan dari sekedar jalur “pipa” belaka, mereka juga tidak dapat memberikan klien mereka pusat kontrol, analitik, atau saran kontekstual. Namun, fungsi inovasi di bank-bank tersebut akan memiliki kesamaan: mereka fokus pada skenario masa depan, dan inovasi selaras dengan itu secara strategis - lihat Gambar berikut.



Gambar: Mendefinisikan lab inovasi Anda - pohon keputusan

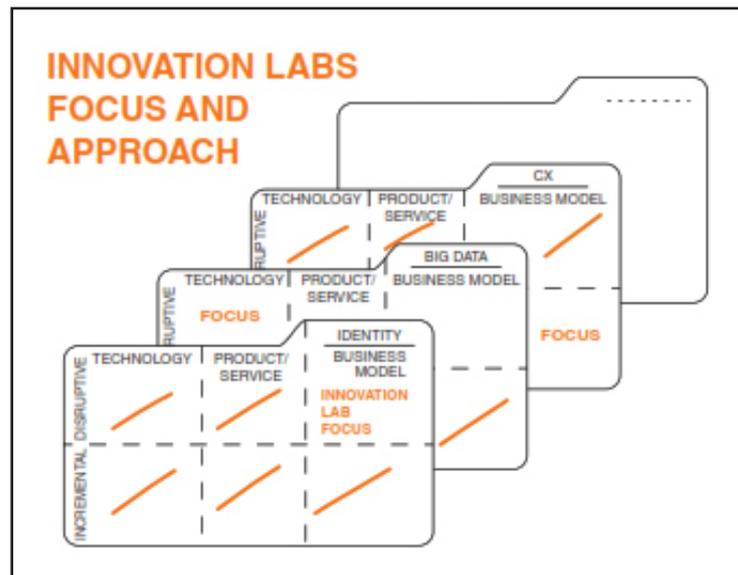
Sebuah laboratorium inovasi yang didirikan di jalur penemuan seperti itu akan sangat berbeda dari laboratorium dengan agenda bebas untuk “eksperimen”. Inisiatif inovasi semacam itu bisa seperti “proyek 20% Google” di mana karyawan Google dapat menghabiskan satu hari dalam seminggu dengan fokus pada proyek sampingan yang berpotensi membawa produk baru dalam diskusi bersama. Proyek-proyek ini, meski tidak secara jelas sejalan dengan strategi perusahaan, seringkali berakhir di portofolio produk perusahaan.

Bentuk paling umum dari eksperimen dalam layanan keuangan dalam laboratorium inovasi adalah dengan “jalur yang dipimpin bisnis” atau “jalur pipa independen”. Jenis pertama bekerja dengan saluran yang terus-menerus disesuaikan, tergantung pada prioritas dan pendanaan dari “bisnis”, sedangkan di model lain lab memiliki kekuatan pengambilan keputusan atas prioritas untuk eksperimen, tetapi mungkin sumber daya keuangan berada di bawah kendalinya sendiri. Kedua jenis fungsi inovasi - sebut saja “fokus pada tujuan” dan “eksperimen gratis” - perlu secara eksplisit menjawab beberapa pertanyaan lagi agar efektif:

- Apa keinginan bank untuk inovasi yang mengganggu?
- Apakah kita ingin lab berfokus pada penemuan model bisnis yang mengganggu dan merumuskan persyaratan yang menyertainya untuk penyampaian teknologi?
- Atau apakah kita ingin lab berfokus pada inovasi inkremental yang mendukung fungsi lain seperti strategi dan perencanaan atau arsitektur, yang bersama-sama menentukan jalan menuju "keadaan masa depan"?

Pilihan yang Anda buat - mengganggu atau bertahap; fokus pada teknologi, produk, layanan, atau model bisnis; bertaruk pada identitas, data besar, infrastruktur, atau blockchain - akan mengarah pada cara yang berbeda secara fundamental dalam menyampaikan inovasi - lihat Gambar berikut. Satu lab dapat difokuskan pada inovasi produk yang mengganggu menggunakan data besar, sementara yang

lain dapat difokuskan pada inovasi tambahan untuk pengalaman pelanggan. Keduanya bisa ada dalam organisasi yang sama dan juga secara paralel dengan eksperimen gratis .



Gambar: Laboratorium inovasi - fokus dan pendekatan

Untuk setiap model, jelas ada pro dan kontra. Untuk laboratorium inovasi yang efektif, sangat penting bahwa bank membuat niatnya transparan bagi mereka yang bekerja di dalam fungsi inovasi dan mereka yang menggunakan output dari fungsi ini, sehingga upaya dan ekspektasi selaras dan tidak ada sumber daya yang terbuang percuma di proses keputusan.

Sumber Daya Manusia

Orang pasti merupakan sumber daya terpenting untuk keberhasilan fungsi inovasi. Jika Anda membutuhkan orang untuk memberikan perubahan yang lebih besar seiring dengan fungsi bank yang sudah mapan atau jika diperlukan pencipta yang dapat membayangkan “dunia baru”, kepribadian dan keterampilan lab Anda harus dibangun untuk menyelaraskan dengan visi tersebut. Sayangnya, kebanyakan laboratorium inovasi yang saya kenal memiliki kumpulan orang dan keterampilan yang sama dan seringkali dengan terlalu banyak manajer proyek. Juga harus ada desainer UX, spesialis CX, dan orang yang ahli dalam strategi dan merumuskan proposisi. Harus ada juga pengembang yang tidak meminjam dari suatu instansi. Saya akan selalu melibatkan arsitek - orang - orang yang hafal bank dan dapat memberi tahu Anda bagaimana atau apakah teknologi baru yang mengkilap dapat diterapkan dalam konteks sebenarnya dari bank. Keragaman adalah kunci untuk memungkinkan kreativitas. Menyatukan orang-orang dengan latar belakang profesional dan budaya yang berbeda; mengambil orang dari industri lain, generasi muda dan tua, dan veteran dari dalam organisasi.

Hanya karena “inovasi” masih muda dan trendi, lab Anda tidak boleh secara eksklusif menjadi koleksi hipster muda. Mengelola keragaman dan orang-orang dengan keahlian yang mendalam bukanlah tugas yang mudah. Siapa pun yang akan mengelola lab perlu memelihara, tidak menahan keragaman, mengaktifkan, tidak menekan pemikiran kritis, dan mengelola keahlian yang mendalam untuk tujuan kolektif bersama.

Metodologi

Sebuah laboratorium inovasi ibarat bahtera kapal Nuh berkenaan dengan profesi dan spesialisasi. Setiap profesi memiliki metodologi dan bahasanya sendiri dan setiap individu pada dasarnya dapat membuat solusi ujung ke ujung untuk masalah dalam batas-batas spesialisasi mereka. Namun, premis laboratorium inovasi bergantung pada proses kolaborasi dari berbagai bidang keahlian. Oleh karena itu, komunikasi “bahasa” harus dikembangkan untuk memungkinkan perancang jasa, yang belum pernah mengenal Jasa Keuangan, untuk berkomunikasi dengan pengambil keputusan atau arsitek perbankan. Untuk memperjelas, sangat sulit untuk menggabungkan keterampilan dan orang-orang dengan latar belakang profesional yang sangat berbeda - tetapi kombinasi inilah yang dibutuhkan untuk mewujudkan inovasi “nyata”. Sangat penting bahwa suara dan gagasan yang berbeda tidak dibungkam atau dicekik. Dengan demikian, upaya aktif dan terpenting harus dilakukan dan dipertahankan dalam menciptakan “bahasa” komunal dan, pada gilirannya, metodologi.

Dimensi utama keragaman lainnya adalah menggabungkan cara kerja di lingkungan perusahaan rintisan dan perusahaan. Lab berada di dalam wilayah perusahaan tetapi harus memberikan hasil seperti start-up. Oleh karena itu, sangat penting bahwa lab metodologi memungkinkan kedua “cara kerja” tersebut.

Jika Anda memilih Design Thinking, Lean atau Agile Method, atau jika Anda mengembangkan metode Anda sendiri - latihlah seluruh tim. Jangan biarkan mereka bermain di dekat telinga. Sederhananya, melalui metodologi umum, Anda memulai interaksi antara spesialisasi yang tidak mungkin terjadi dalam organisasi yang lebih besar, dan memungkinkan mereka untuk saling memberi makan energi dan ide satu sama lain.

Sumber Daya

Apakah fungsi inovasi merupakan ruang fisik, bisakah inovasi terjadi melalui kolaborasi virtual? Kiata bisa melihat keduanya bisa bekerja beriringan. Orang dapat dengan mudah menggunakan sumber daya organisasi yang tersedia untuk bisnis normal (ruangan, teknologi, dan proses). Tidak ada kebutuhan pasti untuk ruang mengkilap itu, dengan furnitur modern berwarna. Namun, sebagian besar lab jasa keuangan sekarang memiliki ruang fisik khusus, beberapa di antaranya terletak dengan bagian bisnis lainnya, dan beberapa di pusat Fintech global. Tidak ada pilihan “terbaik” di sini, namun ada implikasinya. Lokasi terpencil memungkinkan lab untuk mengembangkan cara berpikir baru, jauh dari batasan organisasi. Ini aspek positif bisa, bagaimanapun, akan menegasikan afterw ARDS ketika laboratorium ingin memberi makan kembali temuan mereka. Mereka dapat dianggap tidak berhubungan dengan organisasi, atau mereka mungkin tidak memiliki sarana untuk menjalin hubungan yang diperlukan dengan pemangku kepentingan internal utama yang akan terpengaruh oleh temuan mereka dan perlu mengambil keputusan tentang proposal inovasi mereka.

Apa yang membuat perbedaan sebenarnya pada keluaran lab adalah jenis sumber daya yang mereka akses. Idealnya, laboratorium memiliki infrastruktur dan peralatannya sendiri. Mereka membutuhkan alat kolaborasi, yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara aman dengan organisasi eksternal yang sangat sering terlibat dalam pengembangan gagasan. Lab memerlukan akses ke platform tempat mereka dapat menyimpan dan menganalisis data dengan aman.

Beberapa laboratorium mengembangkan tumpukan bank mini, untuk menghubungkan proyek saat diperlukan dan dengan demikian eksperimen tidak hilang, tetapi lebih baik mereka membangun satu sama lain. Akses ke data sangat penting, karena kolaborasi dengan ahli teknologi dari dalam bank untuk memahami bagaimana berbagai sistem lama bekerja sangat penting. Mengabaikan kebutuhan infrastruktur teknis untuk inovasi sangat meniru ruang lingkup pekerjaan dan keberhasilan laboratorium. Hasil dari kurangnya infrastruktur lab TI dapat menjadi proposal yang tidak ambisius yang merusak peran inovasi yang diinginkan dari lab.

Tata Kelola

“Tata kelola inovasi” sering disalahpahami, baik oleh orang-orang dari dalam maupun luar dunia perbankan. Orang luar sering terlihat bingung. “Apa yang harus diatur di sini?” (lihat Gambar berikut). Hal ini menunjukkan, bagaimanapun, kurangnya pemahaman tentang cara kerja bank. Sebagai industri yang diatur secara ketat, perlu beroperasi 24/7 tanpa kesalahan, sementara menangani data yang sangat sensitif, bank bertindak sesuai dengan proses dan aturan yang diatur secara ketat. Di sisi lain, orang dalam dan terutama penjaga pemerintahan akan mengatakan bahwa setiap orang, termasuk fungsi inovasi, perlu menghormati aturan yang sama seperti bank lainnya. Ini adalah tidak benar karena berbagai alasan. Proyek inovasi memiliki tujuan dan siklus hidup yang sangat berbeda dari proyek bisnis seperti biasa: mereka mungkin tidak menggunakan data klien langsung; paling sering mereka tidak terhubung ke infrastruktur produktif atau tidak memiliki kesempatan untuk “hidup” di pengaturan masing-masing.

Sebagian besar peraturan yang mengatur bank telah berevolusi selama bertahun-tahun dari era bisnis berbasis kertas dan sembilan hingga lima hari pembukaan, sebelum cloud atau ancaman keamanan siber ada. Lembaga keuangan sekarang merupakan campuran lama dan baru, mencoba menutupi semua aspek risiko. Mereka, bagaimanapun, tidak didefinisikan untuk kasus di mana seseorang di bank ingin sedikit bereksperimen, menghubungkan dan menggabungkan teknologi, atau menggunakan data klien untuk pengujian langsung.



Gambar: Umpan *Twitter penulis*

Sumber: Umpan *Twitter* dari akun *Twitter Pribadi* dari Penulis dan kontak, 23 Juni 2015

Jika Anda ingin secara berulang-ulang tetapi cepat menetapkan bukti konsep yang menggunakan teknologi baru, data nyata, dan diuji oleh klien bank, aturan perikatan tersebut perlu ditetapkan secara formal. Ini bukanlah tata kelola “lembaran kosong” seperti yang dibayangkan beberapa orang, yang memungkinkan eksperimen dengan bank, tetapi justru sebaliknya. Tata kelola harus berisi definisi yang jelas tentang apa yang perlu dilakukan fungsi inovasi agar memiliki akses ke sumber daya dan pakar serta badan pengatur apa yang perlu dikonsultasikan untuk memastikan data tidak terganggu dan risiko besar tidak dibuat melalui eksperimen.

Inovasi “Konsumsi”

Sementara dalam industri farmasi, teknologi, dan energi, R&D dan fungsi inovasi menurut definisi berada di jantung keunggulan kompetitif mereka, jasa keuangan tidak memiliki budaya maupun pengalaman dalam menetapkan fungsi inovasi dan menyerap produk mereka. Ada banyak kisah tentang peluang yang terlewatkan, terlalu menyakitkan untuk didengar: Xerox tidak tahu apa yang harus dilakukan dengan Alto, IBM melepaskan para pendiri SAP... daftarnya terus berlanjut. Inilah mengapa saya pikir saat ini lebih penting dari sebelumnya bagi sektor keuangan untuk benar-benar belajar bagaimana menerapkan inovasi, jika tidak, masa depan akan langsung berlalu begitu saja. Output apa yang diharapkan dari fungsi inovasi bank? Jika bank mendirikan laboratorium dengan mandat untuk disrupti inovasi yang berfokus pada penggunaan data dengan teknologi data besar, orang akan berharap dalam jangka waktu tertentu untuk memperjelas beberapa peluang nyata dan pilihan teknologi yang akan ditindaklanjuti oleh bank, mengingat pandangan yang diungkapkannya bahwa bank akan menciptakan nilai bisnis dari data.

Namun, jika fungsi inovasi tidak memiliki mandat yang jelas, tetapi memberikan eksperimen sebagai tanggapan terhadap serangkaian pertanyaan bisnis yang bervariasi, hasilnya hanya akan berupa: serangkaian jawaban atas pertanyaan tersebut hanya. Oleh karena itu, sangat penting untuk menyelaraskan cara kerja laboratorium inovasi dengan jenis keluaran yang diharapkan bank. Sebagian besar keluaran dari laboratorium inovasi bank biasa dapat dimasukkan ke dalam salah satu kategori di bawah ini:

- Fitur baru dari produk dan / atau platform yang sudah ada (misalnya web, seluler)
- Produk baru
- Identifikasi teknologi baru atau kombinasi teknologi untuk kasus penggunaan tertentu
- Peningkatan perjalanan Pengalaman Pelanggan (CX) untuk produk atau saluran tertentu
- Tren industri
- Laporan strategi
- Kepanduan dan berita FinTech
- Model bisnis baru.

Ada banyak cara tentunya untuk mengukur keberhasilan sebuah laboratorium inovasi. Dalam pandangan saya, kesuksesan tidak diwakili oleh penyampaian banyak pengalaman, melainkan dengan penyampaian informasi yang relevan kepada orang-orang yang relevan dalam organisasi sedemikian rupa yang memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan, mengadopsi solusi yang diusulkan, atau belajar dari tes yang dilakukan di lab. Tanpa memungkinkan jabat tangan antara laboratorium inovasi dan organisasi yang lebih besar, organisasi secara keseluruhan akan membuang sumber daya dan, yang lebih penting, kehilangan peluang berharga.

Bisakah kolaborasi antara lab dan organisasi yang lebih besar ditentukan sebelumnya? Saya sangat yakin mereka harus melakukannya. Dalam beberapa kasus, lab dapat mencari beberapa saat untuk pemangku kepentingan yang relevan untuk temuan khusus mereka. Namun, dalam banyak kasus, bergantung pada jenis output, klien, audiens, dan mekanisme untuk mempromosikan dan mendistribusikan inovasi dapat ditentukan sebelumnya. Gambar berikut memberikan beberapa contoh bagaimana hasil lab biasa perlu diserahkan untuk diubah menjadi tindakan asli.

DARI OUTPUT KE AKSI



Gambar: Dari *keluaran ke tindakan*

Jadi, Anda masih berpikir lab inovasi adalah jawabannya?

Ada beberapa trik, antara lain :

- Ini bukan hanya satu lab tetapi banyak lab - mendirikan lab yang digabungkan, tetapi juga memungkinkan eksperimen gratis dalam organisasi.
- Tata kelola inovasi bukanlah "lembaran kosong" seperti yang diyakini banyak orang, tetapi kerangka kerja yang jelas dan sederhana yang memungkinkan lab untuk bertindak secara kreatif dan memiliki akses cepat ke sumber daya (orang, infrastruktur, data, dll.) Dalam pengaturan yang sangat teratur dunia, yang berfungsi pada tempo yang berbeda. Yakinkan bahwa Anda memiliki kerangka di tempat dari awal dan tetap diperbarui dan relevan.
- Temukan, pertahankan, dan pelihara orang-orang yang berpengetahuan dan bersemangat tentang bidang keahlian mereka, yang tidak terkecoh oleh coba-coba berulang kali dan pembungkahan ulang masalah, tetapi, di sisi lain, berkembang dalam tantangan. Memelihara mereka. Temukan pemimpin yang menyukai "kutu buku" dan tahu cara menciptakan lingkungan yang memungkinkan mereka bekerja sebaik mungkin.
- Keanekaragaman menciptakan lahan subur untuk kreativitas – jangan pergi ke laboratorium yang hanya memiliki staf hipster muda, kulit putih, laki-laki yang semuanya tahu istilah "agile" dan "Ruby on Rails". Jangan abaikan keterampilan teknis yang sulit, atau Anda akan mendapatkan terlalu banyak materi PowerPoint. Jangan lupa kebutuhan inovasi harus dimasukkan kembali ke dalam organisasi dan seseorang perlu berbicara dalam bahasa organisasi agar dapat mengadvokasi perubahan yang diperlukan.
- Jangan fokus hanya pada puncak gunung es. Inovasi dalam perbankan saat ini sangat berfokus pada bagian perbankan yang terlihat – fitur baru di aplikasi, di web, atau cabang berwarna cerah dengan perabotan modern. Jika Anda menilai konten sebagian besar konferensi FinTech di seluruh dunia, ide-ide yang disajikan menyerang model bisnis yang terlihat atau lapisan

presentasi dunia perbankan. Bagi mereka yang memahami cara kerja bank, ini hanyalah puncak gunung es. Dimana inovasi dalam Assets & Liability Management, atau Treasury, atau bahkan Regulatory Reporting? Semua fungsi ini terus disampaikan dalam silo dan dalam "cara lama".

- Perubahan pada lapisan dalam bank akan berdampak besar pada cara bank berfungsi dan akan segera muncul dalam CX yang lebih baik, produk dan layanan yang lebih baik . Lab macam apa yang memungkinkan eksperimen di inti bank?

Bagaimana kita bisa membiarkan eksperimen kombinasi perangkat keras dan perangkat lunak yang sangat kuat, yang mengubah dan menghancurkan semua industri? Ini adalah jenis perubahan yang sangat saya yakini dan saya harap dapat melihat serta berkontribusi di tahun - tahun mendatang.

“Laboratorium inovasi” terbaik menurut saya akan menghadirkan “bank penantang” skala penuh in-house. Dengan anggaran program transformasi besar-besaran lainnya, alih-alih mencoba menambahkan lapisan polesan ke sistem penunjang kehidupan, bank memiliki opsi untuk membangun pilar penantang mereka sendiri. Pelanggan yang mencari proposisi yang lebih baik akan, seperti sebelumnya, bermigrasi. Tapi setidaknya sekarang, mereka akan dapat bermigrasi ke dalam bank Anda.

7.3 Kolaborasi Fintech Dan Bank

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) dengan Dwolla, *Royal Bank of Scotland with Funding Circle*, National Australian Bank dengan Bugwolf, Wirecard Bank dengan Holvi dan Number26, biw AG dengan auxmoney, fashionche que, dan lain-lain. Ini hanyalah beberapa contoh kolaborasi antara bank dan FinTech yang telah muncul selama dua tahun terakhir.

Di masa lalu, juga secara retrospektif disebut sebagai FinTech 1.0, FinTechs mengambil pendekatan yang sangat radikal dan mengganggu yang bertujuan untuk menggantikan bank dan sistem keuangan yang mapan . Bintang muda dan wirausaha sejak itu mencoba menutup kesenjangan antara penawaran layanan “berdebu” dari bank lama dan kebutuhan pelanggan. Dengan menggunakan teknologi digital yang inovatif, mereka bermaksud untuk meningkatkan pengalaman pelanggan , untuk menyederhanakan proses, dan untuk secara lebih efisien menawarkan berbagai macam produk dan layanan keuangan seperti investasi, pinjaman, pembayaran, dan pengiriman uang. Banyak hal telah berubah dan, sementara itu, semakin banyak FinTech yang berkolaborasi dengan bank. Pengalaman dari kemitraan dengan beberapa FinTech Eropa telah menunjukkan bahwa agar FinTech berhasil, mungkin ada baiknya berpikir dua kali apakah akan mengganggu atau berkolaborasi.

Kemitraan antara perusahaan baru dan perusahaan tradisional bukanlah hal baru. Karena hambatan untuk masuk dalam layanan keuangan, yang ditetapkan antara lain oleh standar peraturan, secara tradisional sangat tinggi, peningkatan sejauh ini sebagian besar menghindari segmen ini. Pengalaman dengan beberapa FinTech Eropa menunjukkan bahwa FinTech dan bank dapat berkolaborasi pada berbagai tahap perkembangan. Ada banyak alasan bagi kedua belah pihak untuk melakukannya, dengan mitra yang tepat, persiapan yang baik dan keterbukaan yang diperlukan terhadap persyaratan pihak lain.

Kolaborasi Masuk Akal bagi FinTech dan Bank

Kolaborasi antara perusahaan FinTech dan bank dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Beberapa FinTech terikat pada layanan yang hanya dapat ditawarkan oleh mereka yang memegang lisensi perbankan. Oleh karena itu, mereka perlu mengajukan izin sendiri, atau menjalin kemitraan strategis dengan mitra teregulasi, bank. Funding Circle berjalan dengan caranya sendiri. Di Inggris, ini diatur oleh FCA. Lainnya, seperti Dwolla (Veridian Credit Union, USA), Number26 atau Holvi (Wirecard Bank, Jerman) dan Samedo atau Zinspilot (biw AG, Jerman) telah bermitra dengan bank.

Beberapa FinTech berfokus pada kemitraan bank untuk memperbesar basis pelanggan mereka dan pada saat yang sama memperkaya penawaran produk dan layanan dari masing-masing bank (misalnya Lending Club dan Union Bank, AS).

Tidak terkait dengan tahap di mana FinTech dan bank terlibat dalam kemitraan, keduanya membawa aset berharga ke meja. FinTech didorong oleh teknologi, menguji teknologi baru, dan menjelajahi apa yang secara teknis mungkin dilakukan, tidak terikat pada sistem lama. Dengan menerapkan konsep inovatif, mereka menciptakan banyak sekali ide dengan cara yang sangat gesit. Selain itu, pengusaha FinTech secara bawaan menggunakan teknologi media sosial untuk mendukung pekerjaan mereka, mulai dari pencarian ide hingga kontak konsumen setelah peluncuran. Bank biasanya menghindari risiko dan bertindak jauh lebih lambat karena batasan peraturan dan kewajiban mereka. Kemampuan perbankan mereka memungkinkan mereka untuk membuka rekening, menyimpan uang, memberikan kredit, dan menawarkan produk dan layanan teregulasi lainnya. Lebih lanjut, mereka dapat menambahkan keahlian industri, regulasi, hukum, kepatuhan, dan pengetahuan manajemen risiko dan dapat memberi FinTech akses ke sistem pembayaran global serta basis pelanggan mereka sendiri. Secara keseluruhan, mereka dapat menurunkan hambatan masuk bagi perusahaan FinTech ke dalam ruang layanan keuangan dan memberikan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi kepada pelanggan dalam kemitraan.

Bersama-sama, FinTech dan bank menciptakan ekosistem yang memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan klien dengan lebih baik dan menutup kesenjangan antara layanan yang ditawarkan oleh bank tradisional dan permintaan pelanggan aktual.

Kebutuhan Kolaborasi

FinTech harus memilih mitra yang tepat dan mempersiapkan dengan bijak untuk kemitraan mereka. Bergantung pada kebutuhan FinTech dan statusnya, pilihan kemitraan berbeda. Mendirikan bisnis membutuhkan persiapan yang mendalam dan, pada titik tertentu, keputusan apakah akan mencari mitra atau melakukannya sendiri. Pengalaman menunjukkan mengalir bahwa titik mendekati potensi kebutuhan mitra untuk dipilih dengan baik dan siap. Menjual ke bank - tidak peduli apakah itu kemitraan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis, atau untuk mempercepat dan mengembangkan bisnis - seringkali merupakan proses yang tahan lama. Dan ini juga bukan proses yang mudah. Karena biaya investasi yang umumnya tinggi, risiko bisnis yang besar, dan kebutuhan akan kecocokan strategis, bank memilih mitra FinTech dengan bijak, menerapkan kriteria serupa dengan yang menjadi dasar keputusan investasinya oleh pemodal ventura.

FinTech yang sudah beroperasi perlu membuat pilihan apakah kemitraan akan mempercepat pertumbuhan atau apakah lebih bijaksana untuk terus mendekati pasar saja. Tidak ada kriteria keputusan yang sulit

dan, pada akhirnya, seperti dalam setiap kemitraan, itu adalah pilihan tentang apakah tetap mandiri dan mengambil cara yang lebih lama dan lebih sulit untuk mengembangkan bisnis Anda, atau untuk bermitra dan berpotensi menjalin kerjasama. Banyak FinTech yang telah mencapai masa kritis untuk mengoperasikan model bisnis mereka sementara itu didekati oleh bank dalam mencari solusi inovatif untuk meningkatkan portofolio produk dan layanan bank. Dalam gerakan bisnis yang berorientasi pada konsumen, seseorang dapat menemukan kemitraan berdasarkan perjanjian rujukan seperti yang dimiliki Santander dengan Funding Circle yang berbasis di Inggris dan Crowdfunder.co.uk. Model bisnis lain menunjukkan integrasi penuh layanan, seperti integrasi analisis dokumen dan layanan teknologi semantic dari German FinTech GINI ke dalam front end perbankan online Deutsche Bank.

FinTech yang masih dalam tahap penyiapan perlu mematuhi persyaratan peraturan dan sifat model bisnis mereka dalam mengambil keputusan untuk memilih, atau tanpa, mitra. Sebagai entitas yang diatur sepenuhnya, bank dapat mendukung FinTech untuk mengelola persyaratan peraturan. FinTech harus menyadari bahwa, bergantung pada kemitraan, mereka masih dapat menawarkan layanan mereka di bawah merek mereka; namun, bank sebagai entitas yang diatur (juga) dalam hampir semua kasus merupakan mitra kontrak bagi pelanggan.

Pengaturan ini sepenuhnya independen dari entitas mana yang memelihara kontak klien, melakukan pemasaran dan penjualan, atau menyediakan layanan dengan sistem TI-nya. Contoh bagus dari FinTech yang telah bermitra dengan bank karena alasan regulasi adalah auxmoney, pasar online Jerman untuk pinjaman P2P yang bertindak sebagai agen dan telah bermitra dengan dua bank, untuk tujuan regulasi.

Beda Bank, Beda Manfaat

Dalam mencari mitra, penting untuk membedakan antara ritel dan transaksi atau bank khusus, karena kedua jenis memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, dan keduanya dapat menarik bagi perusahaan FinTech, tergantung pada tahap pengembangan dan fokus FinTech.

Bank Ritel

Kemitraan dengan bank ritel biasanya terjadi setelah FinTech mendirikan bisnisnya dan ingin dengan cepat memperbesar basis pelanggannya, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan / atau bank ritel bermaksud untuk memperkaya portofolio produk dan layanan mereka. Saat ini ada keinginan besar dari bank ritel untuk bekerja sama dengan FinTech. Namun, ada juga banyak bank ritel yang percaya bahwa mereka dapat berinovasi sendiri, atau bank lain yang mengabaikan tren atau masih menolak untuk bergabung sebagai penggerak kedua.

Basis pelanggan yang ada menarik jika FinTech dapat menggunakannya dengan cara yang mereka inginkan untuk menjalankan bisnis mereka. Setelah mereka mencapai posisi pasar tertentu, akses ke bank yang lebih besar jauh lebih mudah, dan begitu pula posisi negosiasi mereka dalam hal penggunaan basis pelanggan dan menjadikan pelanggan bank juga pelanggan FinTech (dengan semua hak yang melekat pada ini dari sudut pandang korporasi).

Selama start-up kecil, sangat sering faktor ed dengan resistensi pada pertanyaan s uch sebagai “Siapa yang memiliki pelanggan?”

Kemitraan dengan bank ritel tidak selalu mudah, karena sebagian besar bank ritel tidak memiliki infrastruktur terbuka, menggunakan sistem lawas, dan meskipun ada keinginan resmi untuk membuka diri terhadap digitalisasi dan inovasi, mereka tetap lambat. Seringkali, ada juga perlawanan politik, yang membuat penjualan FinTech ke bank ritel sulit dan memakan waktu. Semakin tinggi integrasi TI, semakin banyak produk dan layanan baru bersaing dengan yang sudah ada, dan semakin sulit untuk berhasil memulai kemitraan.

Transaksi atau Bank Khusus (Termasuk Bank Penantang)

Kemitraan dengan transaksi atau bank khusus sangat penting dalam menyiapkan model bisnis, jika regulasi memerlukan lisensi untuk menjalankan bisnis. Biasanya bank-bank ini tidak fokus, atau hanya pada tingkat le sser, pada klien akhir dan sebaliknya berfokus pada klien korporat seperti mitra distribusi atau agen penjualan yang memelihara hubungan klien. Banyak bank transaksi, yang telah membuka diri untuk FinTech, telah menyetujui kemitraan kooperatif, menawarkan mitra mereka layanan white-label, bertindak dengan cara yang lebih mirip dengan start-up daripada bank ritel biasa, dan telah menciptakan infrastruktur terbuka yang memungkinkan antarmuka yang mudah. Di Jerman, kami melihat tiga bank maju dalam start-up FinTech. Dua di antaranya, biw AG dan Wirecard Bank AG, merupakan bank transaksi murni yang memberikan white label layanan kepada mitranya.

Menjual ke dalam kemitraan bank seringkali membutuhkan waktu yang lama. Dengan ukuran yang semakin besar, proses pengambilan keputusan di bank menjadi sangat lincah. Untuk menghindari kemacetan, FinTech perlu dipersiapkan dengan baik dan, idealnya, organisasi dan proses keputusan di tentukan di depan:

- Bagaimana mitra yang saya inginkan terorganisir, yaitu siapa yang mendapat manfaat dari kemitraan, siapa yang tidak, dan apa yang perlu dilakukan untuk mendorong pengambilan keputusan?
- Bagaimana keputusan dibuat, yaitu apakah saya berbicara dengan orang yang tepat, yang membuat keputusan - satu orang atau satu komite?

Terkadang tidak bijaksana untuk berbicara dengan CEO terlebih dahulu. Namun, akan berguna untuk mendekati seseorang seperti Bendahara terlebih dahulu, karena mereka mungkin mendapat manfaat paling besar dari kemitraan yang diinginkan. Untuk pengambilan keputusan, setelah itu masuk akal untuk membangun hubungan dengan badan pembuat keputusan.

Ke dalam Kolaborasi - Hindari Friksi

Kemitraan antara FinTech dan bank tradisional adalah istimewa, karena mitra dengan latar belakang yang sangat berbeda, selera risiko, dan kewajiban yang bermaksud untuk bekerja dan berfungsi bersama. Secara khusus, untuk kolaborasi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang pola pikir pihak lain, tujuannya, dan batasan-batasan di depan. Harapan dan pedoman umum harus ditetapkan sejak awal dalam kemitraan. FinTech perlu memahami mengapa bank tradisional tidak berkembang dengan cepat, menuntut tingkat keamanan tertentu dalam hal sistem TI, memiliki batasan penerbitan, dan hanya menyebutkan beberapa topik yang sering menyebabkan gesekan. Semua ini mungkin tampak sepele, tetapi pengalaman menunjukkan bahwa kemitraan FinTech / bank yang tidak dipersiapkan dengan baik dapat menyebabkan ketidakpuasan dan paling buruk pemutusan kemitraan.

Mengapa harus Bekerja Sama?

Jika FinTech dapat mereplikasi IT bank, jika memiliki cukup uang untuk disisihkan untuk modal ekuitas bank dan dapat meyakinkan regulator untuk mendapatkan persetujuan untuk lisensi perbankan, jika yakin kepercayaan pelanggan tidak menjadi masalah karena (merek baru) cukup dapat dipercaya dan yakin dapat menarik cukup banyak pelanggan dengan sendirinya, merek harus memulai bisnisnya tanpa harus menjalin kemitraan. Jika ini terlalu memakan waktu dan rumit, sebaiknya mencari mitra perbankan yang tepat.

Kesimpulan

Kemitraan antara perusahaan baru dan organisasi tradisional seperti antara FinTech dan bank bukanlah hal baru. Industri lain telah melihatnya jauh lebih awal dan telah mendemonstrasikan bagaimana hubungan berkembang. Sementara bank sangat enggan untuk pindah ke ranah FinTech, jumlah kolaborasi antara FinTech dan bank telah meningkat pesat di seluruh dunia. Tidak diragukan lagi, industri jasa keuangan akan mengalami gangguan seperti sebelumnya. Kemitraan dan kolaborasi antara pemain yang ada dan baru adalah kunci untuk berakhir di pihak yang menang.

74

Kunci Kemitraan Untuk Mengatasi Inklusi Keuangan Digital

Ini adalah waktu yang menyenangkan untuk terlibat dalam FinTech, dan di Lloyds Banking Group kami bertekad untuk memainkan peran besar dalam sistem ekonomi FinTech, dengan terlibat dalam debat, berkontribusi pada inovasi berkelanjutan, dan berinvestasi di masa depan. Wajah industri perbankan telah berubah, dengan nasabah sekarang memilih bank dengan cara baru pada waktu dan tempat yang sesuai untuk mereka. Keuangan harus beradaptasi untuk mengimbangi tren yang meningkat pesat dari pelanggan dan teknologi untuk memungkinkan pelanggan dan komunitas mendapatkan keuntungan. Kekuatan digital dapat meningkatkan kemakmuran individu dan organisasi yang memanfaatkan potensinya. Sebaliknya, ini dapat bekerja melawan mereka yang tertinggal, baik karena kurangnya keterampilan digital dasar, atau pemahaman yang buruk tentang peluang online (“*digitally excluded*”), atau mereka yang tidak dapat memanfaatkan perbankan inti layanan (“dikecualikan secara finansial”).

Ada risiko yang semakin besar bahwa eksklusi digital cenderung mengarah pada eksklusi finansial. Kami tahu beberapa keluarga berpenghasilan rendah tidak memiliki rekening bank dan mereka berisiko membayar “premi kemiskinan” karena mereka tidak melakukan pembayaran rutin dengan menggunakan debit langsung atau standing order, misalnya. Mungkin yang lebih mengejutkan adalah temuan survei Halifax baru-baru ini yang menunjukkan bahwa pelanggan yang mampu mengelola uang mereka secara lebih teratur dan lebih mudah secara online memiliki lebih dari dua kali lipat jumlah tabungan dan kecil kemungkinannya untuk masuk ke cerukan yang tidak direncanakan. Dengan membuka kekuatan digital untuk semua orang di Inggris, kami dapat menangani pengecualian digital dan keuangan secara langsung. Pada organisasi kami, kami memperluas undangan terbuka kepada masyarakat FinTech untuk bergabung dengan kami sehingga t topi revolusi FinTech tidak tidak hanya menghasilkan keuntungan

pribadi, tetapi dalam warisan bersama sepenuhnya inklusif dan digital dan masyarakat cerdas finansial yang memberikan kontribusi untuk kesejahteraan semua orang.

Inklusi Imperatif Keuangan dan Digital

Banyak pelanggan pribadi, bisnis, dan nirlaba kami sudah memanfaatkan kekuatan digital. Namun, lebih dari sepuluh juta orang dewasa dan lebih dari satu juta usaha kecil dan amal di Inggris tidak hanya kehilangan manfaat digital, tetapi juga berisiko tertinggal dan dikucilkan dari masyarakat yang di masa depan akan memiliki digital di hatinya. Penelitian kami sendiri, yang dilakukan sebagai bagian dari Indeks Digital Bisnis Inggris Lloyds Bank Inggris 2015, menunjukkan bahwa, rata-rata, organisasi yang mengadopsi kekuatan digital memiliki pandangan yang lebih percaya diri, mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, dan sepertiga lebih mungkin untuk telah melaporkan peningkatan omset mereka dalam dua tahun terakhir, daripada organisasi yang paling tidak matang secara digital. Bank dan komunitas FinTech dapat dan harus bekerja sama untuk mengurangi pengecualian. Beberapa kemajuan telah dibuat, seperti yang akan kita lihat di bawah, tetapi masih banyak lagi yang harus kita lakukan.

Tentang Lloyds Banking Group

Hubungan kita sehari-hari dengan pelanggan berkembang, bukan karena kebutuhan keuangan mereka berubah secara fundamental, tetapi karena mereka ingin berinteraksi dengan kita dengan cara yang berbeda. Harapan mereka tentang bagaimana kita harus melayani mereka ditentukan oleh bagaimana bisnis terbaik di dunia memanfaatkan digital. Untuk alasan ini, digital menjadi inti dari strategi kami dan mendukung keseluruhan misi kami untuk membantu Inggris menjadi makmur. Anda sekarang dapat memesan taksi, melompat ke dalamnya, dan keluar dari ujung yang lain bahkan tanpa merogoh saku Anda untuk mengambil dompet. Itu menetapkan standar untuk semua organisasi, tidak terkecuali industri kita. Nasabah memilih untuk bank digital karena lebih sederhana dan mudah; ini memungkinkan mereka untuk bertransaksi kapan dan di mana mereka inginkan. Untuk alasan ini, kami telah membuat program transformasi untuk meningkatkan produk dan layanan digital kami sendiri dan membantu memastikan kami inklusif secara digital untuk semua pelanggan kami.

Transformasi Digital Lloyds Banking Group

Sebagai Digital 100 Leader, prinsip panduan kami sederhana: berada di tempat yang diinginkan pelanggan. Hanya empat tahun lalu, tidak ada pelanggan kami yang menggunakan aplikasi perbankan seluler. Saat ini kami memiliki enam juta pengguna seluler yang aktif dan bagi banyak dari pelanggan ini, seluler adalah cara utama mereka untuk online. Dalam 12 bulan terakhir saja, 11 juta pelanggan digital kami telah masuk ke situs aman kami 1,3 miliar kali, sementara transaksi senilai £ 2,2 triliun dilakukan melalui saluran online komersial kami pada tahun 2014 - yang tidak jauh dari keseluruhan PDB Inggris.

Pada tahun 2014, lebih dari 40% kebutuhan produk baru pelanggan kami, seperti giro, pinjaman pribadi, atau kartu kredit, dipenuhi melalui digital. Untuk mengimbangi pergeseran dalam preferensi pelanggan ini, kami memberikan proposisi dan pengalaman yang ditingkatkan kepada pelanggan kami setiap bulan. Untuk benar-benar efektif di dunia yang lebih digital, kami menyadari bahwa kami tidak bisa berhenti di situ. Kami menciptakan kembali layanan inti yang kami sediakan untuk pelanggan kami dengan memulai dari awal dengan tujuan utama merancang pengalaman brilian yang memenuhi kebutuhan pelanggan kami. Digital tidak lagi menjadi domain beberapa orang dalam Grup kita - ini adalah

tugas setiap orang. Hal yang sama berlaku untuk inovasi. Perjalanan kami telah membawa kami dari pembicaraan tentang digital, mendigitalkan saluran, hingga mendigitalkan bank, hingga menjadi digital dalam DNA kami. Salah satu bagian penting dari kemajuan digital kami di era perubahan yang cepat dan meluas ini adalah menciptakan platform digital yang memungkinkan kami untuk cepat berinovasi baik secara internal maupun dengan komunitas FinTech. Kami telah menginvestasikan £ 750 juta selama tiga tahun terakhir dalam satu arsitektur digital yang memberikan konsistensi dan ketahanan di semua titik kontak desktop, seluler, cabang, dan telepon.

Investasi ini penting, tetapi untuk menciptakan budaya eksperimen dan untuk mendorong inovasi di seluruh Grup, kami juga telah mendirikan LB G Innovation Labs untuk terus menguji ide dan konsep baru. Lebih dari 50 ide inovasi telah dibangun dan diuji dengan pelanggan tahun ini saja dan banyak di antaranya, atau akan segera, dengan 11 juta pengguna digital kami. Kami telah menciptakan lingkungan terkontrol yang aman yang “boleh saja gagal” dan kami dapat menguji dengan cepat. Hasilnya, kami mempercepat pelanggan di London. Divisi ini mengemban amanah tidak hanya fokus pada kinerja digital dan pengiriman untuk Grup, tetapi menjadi katalisator perubahan untuk keseluruhan organisasi, memfasilitasi ambisi kami untuk menjadi bank terbaik bagi pelanggan di era digital.

Masa Depan Digital Lloyds Banking Group

Kami percaya bahwa membuka kekuatan digital untuk semua orang adalah elemen kunci untuk mencapai misi kami “membantu Inggris lebih maju”. Dalam tiga tahun ke depan, kami menginvestasikan £ 1 miliar lebih lanjut dalam bentuk digital, selain investasi kami dalam ketahanan TI, untuk mengubah sepuluh perjalanan pelanggan melintasi titik kontak fisik dan digital. Kami mulai dengan clean sheet dan pertanyaan sederhana: seperti apa tampilan “brilian” bagi pelanggan kami?

Kami dapat dan akan membuat digital lebih mudah diakses oleh semua pelanggan kami dan salah satu cara kami melakukannya secara langsung adalah dengan melibatkan 20.000 Digital Champion, yang direkrut dari rekan Lloyds Banking Group, pada tahun 2017. Digital Champion ini berjanji untuk secara aktif membantu pelanggan, teman, dan keluarga untuk mendapatkan lebih banyak manfaat saat online dengan membantu mereka memahami manfaat internet dan ins piring untuk meningkatkan keterampilan digital dasar mereka.

Inisiatif Digital Champions kami diluncurkan sebagai bagian dari komitmen kami untuk amal keterampilan digital Go ON UK, yang visinya adalah untuk memberdayakan semua orang, usaha kecil, dan amal di seluruh Inggris untuk mencapai potensi digital mereka. Go ON UK bekerja dalam kemitraan untuk mencapai inklusi digital dan Lloyds Banking Group bangga menjadi mitra pendiri dan anggota dewan direksi. Salah satu dari banyak proyek menarik tempat kami berkolaborasi adalah pembuatan Indeks Digital Bank Lloyds baru, yang akan memberikan ukuran keterampilan digital dasar dan memetakan hubungan antara pengecualian digital dan keuangan.

Sementara kami bertekad untuk memanfaatkan peluang seperti ini untuk membuat digital dapat diakses oleh semua, itu adalah kekuatan kolektif bank, dengan interaksi reguler dan sering mereka dengan jutaan orang dan organisasi di seluruh Inggris, dan dorongan kewirausahaan dan keahlian teknologi. komunitas FinTech, yang pada akhirnya akan membantu memaksimalkan potensi digital. Agar ini benar-benar tercapai, kita harus bekerja sama - dan melakukannya dengan cara yang inklusif bagi semua orang.

Kemitraan Kolaboratif adalah Kunci Digital dan Inklusi Keuangan

FinTech menunjukkan jalan menuju masa depan digital kita dan kita perlu memelihara dan memanfaatkan kekuatan kreatif dan visioner FinTech melalui kemitraan strategis, kolaborasi, sponsor, dan memperjuangkan ekosistem. Perbankan Lloyds Grup sedang bergerak di sekitar FinTech dan kami sudah siap menjangkau melalui kemitraan seperti yang dilakukan dengan Startupboot camp FinTech Accelerator, di mana kami terlibat dalam peluncuran program Akselerator Asuransi Global FinTech yang pertama.

Kami juga senang menjadi anggota pendiri Innovate Finance, badan perdagangan baru untuk inovator teknologi yang bekerja untuk mendukung ekosistem FinTech di Inggris. Kami mendukung London Tech Week dari Innovate Finance, yang mempertemukan para pemain kunci dan influencer. London adalah tempat terbaik untuk FinTech start-up dan the kota adalah atas lokasi untuk penciptaan lapangan kerja FinTech, pada saat jasa keuangan yang menyala dengan inovasi. Dengan FinTech menghasilkan lebih dari £ 20 miliar untuk ekonomi Inggris dan setengah dari semua investasi di Eropa diambil oleh Inggris, ini adalah waktu yang tepat untuk menjadi bagian dari gerakan penting seperti itu.

Kami bekerja sama dengan Innovate UK, Dewan Strategi Teknologi Pemerintah, dan empat mitra lainnya untuk meluncurkan tantangan Inovasi Terbuka FinTech pertama kepada komunitas start-up. Tantangannya adalah: "Bagaimana inovasi digital dapat digunakan untuk meningkatkan literasi keuangan dan membantu orang lebih baik dalam mengelola keuangan untuk diri sendiri dan keluarga?" Apa yang kami cari adalah permulaan yang akan meningkatkan literasi keuangan dan keterampilan di antara konsumen dengan cara yang menarik dan intuitif, membuat perbedaan nyata bagi kehidupan orang-orang.

Usaha kecil dan start-up ditempatkan dengan baik untuk mengeksplorasi inovasi keuangan dan mengatasi jenis masalah yang kami ajukan melalui tantangan Innovate UK. Lloyds Banking Group dapat memberi perusahaan FinTech ini akses ke 11 juta pelanggan online yang dapat memanfaatkan inovasi semacam ini. Sinergi dan manfaat timbal balik dari kemitraan berkelanjutan seperti itu jelas terlihat – kami tidak hanya menggunakan platform digital kami untuk berinovasi bagi pelanggan kami, kami secara kolektif meningkatkan tingkat ambisi kami untuk membuat dampak abadi yang lebih mendalam.

Kesempatan untuk Bekerja Sama

Teknologi mendorong perubahan dalam cara kita bekerja, cara kita bank, dan cara kita menjalani hidup. Banyak individu dan organisasi yang telah memanfaatkan kekuatan digital. Yang lain tidak mampu, karena kurangnya pengetahuan atau keahlian, atau mereka tidak menyadari peluang yang berlalu begitu saja. Kami tidak dapat mentolerir pengecualian digital dan mengizinkan siapa pun untuk tertinggal. Demi kepentingan warga negara kita dan bisnis, perekonomian kita, dan kemakmuran masa depan negara kita, kita harus mengembangkan kemampuan digital yang tinggi di seluruh masyarakat kita.

Lloyds Banking Group dapat dan akan memainkan peran penting dalam membantu menyediakan akses yang diperlukan ke digital, tetapi untuk memanfaatkan kekuatan penuhnya dan membuat dampak yang langgeng, organisasi seperti kami dan komunitas FinTech harus menggabungkan kekuatan mereka

dan bekerja sama kemitraan. Hanya dengan bekerja bahu-membahu kita dapat mengatasi eksklusi digital dan menciptakan warisan sosial yang langgeng untuk semua orang di Inggris Raya. Kami ingin menjadi bagian dari gerakan ini dan kami mengundang Anda untuk bergabung dengan kami karena kami tahu ide terbaik datang dari kolaborasi. Mari bekerja bersama.

7.5 Pialang Baru Dalam Ekosistem Inovasi Fintech

“Dalam ekonomi di mana inovasi menunjukkan perbedaan antara kesuksesan dan kegagalan, bertualang perusahaan dapat memacu inovasi masa depan sambil membantu membangun organisasi di mana dalam novasi adalah bisnis seperti biasa.” Boston Consulting Group, Oktober 2012

Perusahaan Modal Ventura (CVC) tidak identik dengan, melainkan sebagai pecific bagian dari, Venture Capital. Bagaimana modal dimobilisasi dan dikelola untuk pengembalian sangat bervariasi di seluruh profil investor perusahaan. The datang dari usia “perusahaan investor” di FinTech adalah beberapa cara off, tetapi jika deplo YED strategis dalam mendukung inovasi, CVC menjadi penantang yang nyata dalam lanskap investor. Pelajaran dari industri lain dapat diterapkan. FinTech memiliki oktan tinggi dan segmen baru dengan sendirinya. Ini membutuhkan kecepatan dan sumber daya yang gesit di pasar global. Tantangannya sederhana - fungsi CVC sering perlu melakukan upaya penemuan ulangnya sendiri. Bagaimana struktur Divisi Usaha Korporat, budaya dan keterampilannya yang terus berkembang, semuanya berperan dalam kesuksesannya di masa depan.

Ada peningkatan jumlah dana yang berfokus pada FinTech secara global. Sebagai imbalan atas pengembalian tinggi yang diasumsikan pemodal ventura dengan berinvestasi di perusahaan yang lebih kecil dan kurang matang, mereka biasanya mendapatkan kendali yang signifikan atas keputusan perusahaan dan sebagian besar kepemilikan perusahaan (dan nilai konsekuensinya). Usaha korporasi jauh lebih bervariasi dalam pendekatannya terhadap investasi, mengingat perbedaan dalam pendorong dan ukuran keberhasilan. Penggerak khas di balik mandat investasi perusahaan adalah:

- Strategi - untuk memajukan visi masa depan perusahaan;
- Ekspansi - untuk memperluas portofolio produk dan layanan perusahaan;
- Inovasi - untuk meningkatkan posisi daya saing dan meningkatkan pengalaman pelanggan atau mengambil taruhan strategis;
- Keuangan - untuk meningkatkan keuntungan finansial perusahaan

Pada tahun 2014, 40 CVC diinvestasikan dalam kombinasi dana modal ventura dan akselerator, setara dengan lebih dari \$29 miliar. Pada tahun yang sama, setidaknya 10 CVC memiliki ukuran dana melebihi \$250 juta.

Sementara 2014 adalah tahun besar untuk keluar yang didukung perusahaan, dengan AS menikmati dua pertiga dari nilai pasar, salah satu wahyu utama adalah bahwa pendanaan perusahaan dengan cepat menjadi pemain "seed-to-series A cliff" yang paling aktif dengan 212 transaksi putaran pertama (seri A) dalam satu tahun.

Momentumnya akan terus berlanjut. Perusahaan VC dan CVC bahu membahu dalam investasi bersama dan, sementara modal yang berkomitmen di perusahaan VC berkontraksi, ventura korporat tumbuh. Lebih banyak perusahaan besar memahami potensi keuntungan dan daya saing bisnis yang berkelanjutan dengan memadukan strategi usaha perusahaan dengan prioritas percepatan inovasi. Mempertimbangkan keuntungan dari penawaran investasi, pertanyaan sebenarnya adalah apakah perusahaan mampu untuk tidak bergabung dalam permainan. CVC dan Peluang untuk Ekosistem FinTech Lusinan bank dan perusahaan jasa keuangan telah berkomitmen untuk “investasi awal” dan banyak lagi yang mensponsori akselerator FinTech besar di seluruh dunia. Hubungan “David dan Goliath” membuktikan dirinya dalam pencarian keuntungan strategis dan keuntungan yang dapat diprediksi. Ini adalah hari-hari yang sangat awal.

Dalam upaya untuk “lebih dekat dengan batang ekonomi inovatif”, beberapa pemain tingkat 1 telah meluncurkan lab profil tinggi - BBVA, Capital One, Wells Fargo, Deutsche Bank, UBS, dll. - sementara yang lain memilih untuk mensponsori akselerator seperti Lloyds dan Barclays. Anggaran untuk kegiatan ini sangat mengesankan, dengan rata-rata lab menelan biaya rata - rata \$ 2 juta untuk diluncurkan. Fokus pada perekrutan start-up untuk memamerkan, mengelompokkan, dan berkolaborasi berarti jutaan telah dihabiskan untuk infrastruktur, merekrut bakat utama, dan memanfaatkan “manfaat” dari PR yang positif.

Beralih ke investasi CVC profil tinggi seperti Goldman Sachs (OnDeck, Kensho), JP Morgan (Prosper, Motif Investing, Square), Citi (Square, Betterment, Platfora), HSBC (Kyriba), BBVA (Simple), Mastercard (iZettle), dan AmEx (SumUp, LearnVest), ada sedikit bukti yang menunjukkan bahwa strategi perusahaan telah berhasil atau didukung oleh inovasi dan mandat investasi. Mereka hampir, untuk saat ini, adalah dunia yang terpisah.

Mempercepat Inovasi Terbuka di FinTech

Kebutuhan untuk berinovasi berdampak pada lusinan area produk dan layanan di seluruh rantai pasokan layanan keuangan. Jamie Dimon, CEO JP Morgan Chase, terkenal dikutip mengatakan: “Silicon Valley sudah datang. Ada ratusan perusahaan baru dengan banyak otak dan uang yang bekerja dengan berbagai alternatif selain perbankan tradisional.”

Lloyd Blankfein, CEO Goldman Sachs, secara publik telah mengonfirmasi bahwa dia sepenuhnya mengharapkan bahwa “kemitraan, akuisisi, dan persaingan akan menjadi kunci cara perkembangan vertikal”. Jika Anda memadukan kecepatan inovasi dengan potensi gangguan bisnis, perusahaan harus bertindak cepat. Aturan permainan telah berubah dan posisi yang dulu memiliki hak istimewa untuk membangun secara internal dan tetap kompetitif adalah model yang cacat untuk masa depan yang sukses.

Kemitraan yang diperlukan antara kepala inovasi, perusahaan ventura, kantor CTO, dan risiko dan kepatuhan semuanya penting dalam mencari dan membentuk kesepakatan, bekerja dengan unit bisnis, menentukan ukuran keberhasilan, dan pada akhirnya mendukung perubahan selera budaya untuk risiko dan kesiapan untuk menguji, mencoba, dan berkolaborasi dengan dunia luar.

Keberlanjutan investasi membutuhkan perencanaan dan keinginan untuk mengambil risiko. Ini juga membutuhkan kesabaran dan margin tertanam untuk “kesalahan”. Bagi CVC yang berfokus pada

FinTech yang memahami kekuatan manajemen portofolio – menargetkan tahap awal, aliran transaksi berisiko lebih tinggi, tetapi menyeimbangkannya dengan sumber teknologi tahap selanjutnya yang berisiko lebih rendah – memiliki peluang lebih besar untuk terulangnya masa depan kembali.

Menyiapkan Sukses

Tanyakan kepada setiap Kepala Inovasi di bank bagaimana mereka diukur dan bagaimana hal ini selaras dengan unit / fungsi bisnis lainnya, dan jawabannya kemungkinan besar akan beragam seperti individu yang ditanyai pertanyaan tersebut.

Jika Anda beralih ke bagian CVC, banyak yang kekurangan sumber daya dan sangat membutuhkan tambahan dari para profesional ventura dan inovasi berpengalaman yang bekerja bersama mereka, dan di lokasi global utama. Proses dan tindakan masa lalu tampaknya tidak mungkin memenuhi kebutuhan untuk saat ini dan masa depan. Kolaborasi internal dan perpaduan perencanaan antara inovasi dan fungsi investasi sangat penting. Struktur, hubungan dengan perusahaan / perusahaan, bakat / keterampilan, pendekatan manajemen portofolio, dan filosofi usaha adalah area penting untuk dinilai. Menantang setiap elemen diperlukan - dan beberapa pertanyaan kunci perlu ditanyakan - ini diambil sampelnya pada Tabel berikut.

Tabel: Pertanyaan kunci untuk sukses

Struktur	Hubungan dengan Orang Tua	Bakat / Keterampilan	Manajemen portofolio	Upaya
<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana Corporate Ventures Function (CVF) dibentuk? • Tujuan Strategis -keuangan / strategis -bagaimana keseimbangan yang tepat? • Ukuran keberhasilan (KPI)? • Struktur pemerintahan? • Komposisi komite investasi dan dewan penasihat? 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana Anda menetapkan ekspektasi untuk hasil? • Bagaimana Anda memastikan pengambilan keputusan yang cepat? • Bagaimana Anda mendapatkan keterlibatan kelompok bisnis (BG) dalam prosesnya? • Bagaimana cara agar perusahaan induk dan BG terlibat dalam aktivitas CVF? • Bagaimana Anda membawa perusahaan portofolio menjadi induk dan BG? 	<ul style="list-style-type: none"> • Profil Mitra / Managing Director? • Ukuran tim dan profil, karyawan luar vs. pengetahuan internal? • Kompensasi dan implikasi penerimaan CVF oleh organisasi? • Kebijakan hadiah VC atau kebijakan hadiah Perusahaan? 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana Anda mendapatkan akses ke peluang kesepakatan terbaik? • Corong aliran transaksi? • Kursi dewan / pengamat dalam usaha? • Apa yang ditawarkan CVC kepada perusahaan dan rekan investor? 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana Anda membangun reputasi Anda dalam ekosistem? • Tahapan apa yang Anda investasikan - seed, A, B, C? • Bagaimana Anda menghasilkan pipeline kesepakatan berkualitas tinggi? • Saham mayoritas / minoritas? • Apakah Anda berinvestasi bersama dalam sindikat?

Apalagi peran fungsi CVC perlu bertindak dan bergerak lebih seperti VC untuk mendukung strategi inovasi. Banyak yang berpendapat bahwa CVF bisa lebih berhasil, jika ditempatkan di luar organisasi di bawah tata kelola komite investasi. Keseimbangan harus dicapai dalam model seperti itu. Pertimbangannya banyak, tetapi berdasarkan pertimbangan di atas, beberapa pedoman untuk menyiapkan CVF eksternal (disponsori oleh perusahaan induk) dapat ditemukan di Tabel di bawah.

Tabel: Panduan untuk menyiapkan CVF eksternal

<p>Struktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fokus investasi yang jelas penting • Kepemilikan - perlu jangka panjang - investasi membutuhkan waktu untuk jatuh tempo • Proses investasi yang efisien untuk mengikuti kecepatan pasar • Metrik sukses yang mencakup elemen keuangan dan strategis • Lokasi dekat dengan kantor perusahaan atau grup bisnis utama untuk jaringan internal 	<p>Ventures</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taruhan minoritas adalah yang paling umum • Opsi investasi bersama harus menjadi norma • Kursi dewan / pengamat dalam usaha dan keterlibatan dalam keputusan besar • Dukungan aktif perusahaan portofolio • Jaringan yang stabil dan konsisten dalam ekosistem usaha • Reputasi dan rekam jejak adalah kunci untuk memastikan aliran kesepakatan yang berkualitas
<p>Hubungan dengan Induk</p> <ul style="list-style-type: none"> • CVF harus memiliki jaringan yang luas dan tangguh dalam induk dan grup bisnis (BG) • Dialog antara CVF dengan BGs dan Corporate Center perlu dilakukan secara sistematis • Keterlibatan BG awal selama proses investasi • Perusahaan portofolio membutuhkan eksposur reguler ke BG 	<p>Bakat / Keterampilan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah tim untuk dana: 5-8 • Karyawan mewakili campuran VC dan latar belakang internal (50/50) • Cocokkan paket comp CVC dengan VC

FinTech CVC - Pelajaran untuk Dipatuhi

CVC harus menjadi mitra bisnis sejati baik bagi pemangku kepentingan internal maupun bagi perusahaan portofolio investasinya. Ini harus memadukan keterampilan investasi internal dengan standar industri terbaik dalam pendanaan ventura perusahaan. Ini perlu untuk mencapai keseimbangan antara keuntungan strategis dan finansial, bekerja dengan cara untuk menyeimbangkan risiko portofolio baik dalam investasi rahasia atau investasi bersama, tetapi tidak pernah terasing dari agenda inovasi atau strategi grup.

Biaya bertualang cukup besar. Namun, tingkat perubahan inovasi menjadikannya pilihan yang jelas mengingat ketidakaktifan bisa lebih mahal. Waktunya sekarang bagi FinTech untuk menciptakan badan yang sempurna bagi usaha korporat untuk menjadi pialang kekuatan baru dalam ekosistem inovasi.

Asuransi adalah industri bernilai 4,64 triliun dolar yang sangat besar, namun sebagian besar fokus FinTech adalah pada perbankan (investasi dan pinjaman) dan pembayaran. Masalah yang dihadapi nasabah dari sektor asuransi sangat mirip dengan perbankan, yaitu layanan nasabah yang kurang baik, harga opaque, dan produk yang rumit. Tren digitalisasi, model distribusi baru, dan transparansi yang melahirkan banyak start-up FinTech juga berlaku di dunia asuransi.

Distribusi

Orang-orang cenderung tidak membeli asuransi sendiri, lebih baik terlibat dengan agen yang biasanya akan mendekati pelanggan dan melakukan metode “push marketing strategy”- di mana bisnis mencoba untuk menyampaikan pesan mereka di depan pelanggan potensial mereka. Biasanya, mereka tidak memiliki keinginan atau minat untuk membeli produk atau mempelajarinya lebih lanjut. Strategi ini membutuhkan banyak jangkauan dan dapat dianggap 'menggangu'.

Ketika alternatif digital membentuk kebutuhan dan perilaku pelanggan, distribusilah yang cenderung berubah terlebih dahulu. Kemajuan teknologi dan keinginan perusahaan asuransi untuk lebih dekat dengan pelanggan (untuk menangkap data dengan lebih baik dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih konsisten) sudah mulai mengubah model distribusi, tetapi munculnya distribusi digital akan lebih mengubahnya. Selain itu, distribusi menimbulkan beberapa biaya terbesar bagi perusahaan asuransi modern. Beberapa operator asuransi memulai distribusi langsung, terutama untuk produk yang lebih sederhana dan satu kali seperti asuransi perjalanan dan kendaraan bermotor. Akan tetapi, sangat sedikit yang menggunakan asuransi langsung, karena takut akan persaingan dengan jaringan agen mereka sendiri. Sebagai solusi untuk dilema inovator klasik ini, beberapa dari mereka telah mencap penawaran langsung mereka secara berbeda sebagai “harga dan produk yang dimodifikasi” untuk memastikan agen tidak akan terlalu terpengaruh secara negatif. Hubungan ini sangat mirip dengan bagaimana perasaan bank tentang cabang mereka. Jaringan agen juga perlu menemukan nilai tambah mereka selain penjualan.

Salah satu gangguan yang didorong oleh teknologi yang paling signifikan dalam distribusi adalah munculnya agregator, yang merupakan situs web yang membandingkan kutipan dari beberapa penyedia asuransi. Ini paling berkembang di Inggris Raya dan pasar Eropa maju lainnya, tetapi beberapa perusahaan sudah mulai melakukan hal yang sama di Amerika Serikat - Google adalah salah satunya. Situs agregator dimulai dengan produk yang lebih sederhana seperti motor dan asuransi perjalanan. Melihat ke arah ekspansi, tantangan besar mereka adalah menemukan produk baru di mana pelanggan dapat mandiri.

Untuk ini, mereka memerlukan produk yang lebih sederhana, membutuhkan lebih sedikit poin data untuk algoritme penjaminan emisi, atau untuk menemukan cara untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik - baik dengan menggunakan data publik atau informasi kepemilikan yang sudah dimiliki perusahaan asuransi untuk membantu pelanggan mendapatkan asuransinya. Cara perluasan lain untuk situs perbandingan adalah vertikal; untuk menjadi penasihat yang sangat pribadi, dengan nilai lebih.

Masa depan distribusi digital tidak akan tiba pada saat bersamaan, di mana-mana. Distribusi langsung hanya mencapai sebagian kecil: masing-masing hanya 2% dan 5% untuk P&C (*Property and Casualty* - Properti dan Kecelakaan) di Prancis dan Italia, dan bahkan persentase yang lebih kecil di Jepang, di mana jaringan agen masih berkuasa. Di negara lain, seperti Kanada, Belanda, dan pasar berkembang seperti Cina dan Republik Ceko, terdapat pangsa distribusi jarak jauh sebesar 15-25%. Model distribusi juga dapat diubah oleh perusahaan yang menyediakan layanan di mana asuransi hanyalah salah satu komponen. Bentuknya bisa bermacam-macam:

- Contoh yang terkenal adalah asuransi perlindungan pembayaran (PPI) yang digabungkan dengan pinjaman dan hipotek di Inggris. Polis asuransi ini dikatakan melindungi pemegangnya jika mereka tidak dapat membayar kembali pinjaman atau hipotek.
- Trov, aplikasi seluler, menyediakan layanan yang memungkinkan penggunanya membuat katalog dan melacak semua harta benda mereka dengan nilainya saat ini. Layanan ini cocok untuk asuransi, baik motor, konten rumah, atau produk P&C khusus lainnya.
- Monsanto telah mengakuisisi perusahaan big data, The Climate Corporation, yang telah membangun produk asuransi untuk melindungi petani dari risiko cuaca, berdasarkan data individu dan umpan cuaca waktu nyata. Monsanto akan menawarkan produk ini sebagai bagian dari batang Integrated Farming System yang memberikan rekomendasi kepada petani untuk pertanian mereka.

Meskipun distribusi digital memperoleh pangsa pasar dengan cepat, distribusi tersebut masih relatif kecil. Jaringan agen kemungkinan besar juga akan mengadopsi digital, menambah layanan mereka sendiri. Distribusi tidak hanya dipengaruhi oleh kematangan pasar karena preferensi pelanggan dan lingkungan peraturan akan mempengaruhi hal ini. Memadukan asuransi dengan layanan lain adalah model yang bagus dan risiko masih ditanggung oleh operator asuransi. Bukankah ini ancaman? Dalam jangka panjang, hal ini dapat melemahkan hubungan perusahaan asuransi dengan pelanggan mereka, menurunkan kebijakan asuransi ke komoditas.

Big Data

Asuransi adalah bisnis big data pertama di dunia karena perusahaan telah menggunakan data untuk memodelkan dan menilai risiko jauh sebelum istilah tersebut menjadi terkenal. Data kerugian dan penjaminan asuransi di masa lalu adalah salah satu aset mereka yang paling berharga.

Namun, keunggulan industri asuransi dalam hal perguruan tinggi dan memahami data dalam jumlah besar memudar dengan cepat. Perusahaan seperti Google, Facebook, dan Amazon mengumpulkan lebih banyak data dan bisa dibilang memiliki alat dan sumber daya manusia yang lebih baik untuk memahaminya. Pertumbuhan sensor (sebut saja telematik, perangkat yang dapat dikenakan, atau Internet of Things (IoT)) di sekitar kita akan segera menghasilkan sejumlah besar data yang tidak dapat diakses oleh perusahaan asuransi. Contoh yang sangat bagus adalah MetroMile. Perusahaan ini menawarkan asuransi mobil bayar per mil di mana Anda menghubungkan perangkat kecil mereka ke mobil Anda. Perangkat MetroMile, selain mengukur seberapa jauh Anda berkendara, juga mengumpulkan data tentang kebiasaan mengemudi Anda. Tidak ada perusahaan yang melacak data seperti itu sebelumnya (setidaknya untuk pelanggan tetap), sehingga perusahaan asuransi memiliki keuntungan data yang jauh lebih kecil. Jika MetroMile dapat mengumpulkan data tentang perilaku mengemudi dan menggunakannya untuk tujuan aktuarial, ini akan memiliki keuntungan yang kuat.

Meskipun terlalu dini untuk mengatakan bahwa industri asuransi telah memaklumkan big data dan menggunakannya secara penuh, ini jelas merupakan area di mana pemain tradisional masih memiliki keunggulan. Sebagian besar perusahaan asuransi telah memulai inisiatif seperti Lab Inovasi Data AXA atau usaha patungan bersih German Allianz dengan Fraunhofer Labs. Menggunakan data besar untuk menyesuaikan produk asuransi secara teori adalah langkah ke arah yang benar, tetapi pasti akan menimbulkan masalah privasi. Sementara pelanggan akan menikmati harga yang lebih baik dan produk yang dibuat khusus, masih belum pasti seberapa mengganggu mereka dapat menemukan teknik yang memungkinkannya. Konsumen dan asuransi perlu menemukan keseimbangan antara akun dan sejauh mana perusahaan memiliki data dan profil pelanggan. Risiko lain dari penggunaan IoT untuk asuransi adalah keamanan dunia maya, atau lebih tepatnya kurangnya itu. Perangkat pengumpulan data smart ini tidak selalu dirancang dengan mengutamakan keamanan. Menurut penelitian, 70% dari perangkat IoT yang paling umum digunakan mengandung kerentanan yang dapat dieksploitasi oleh peretas. Ini bukan jenis perusahaan asuransi risiko yang dapat atau akan suka memberi harga pada model mereka.

Peserta Baru

Asuransi adalah pasar yang diatur dengan ketat dan memulai maskapai baru sangat mahal. Oscar, firma asuransi kesehatan yang berbasis di New York memiliki persyaratan modal minimal US \$ 45 juta. Pertumbuhan yang cepat juga sulit karena modal regulasi meningkat dengan pelanggan baru. Namun, pendatang baru di pasar ini bisa datang dari dua arah.

Pertama, dari beberapa perusahaan yang mengumpulkan data dalam jumlah besar dalam operasi harian mereka (Google, Amazon, dan Facebook). Selain data, mereka memiliki basis pelanggan yang sangat besar dengan siapa mereka memiliki hubungan yang jauh lebih baik daripada perusahaan asuransi. Secara teori, perusahaan-perusahaan ini dapat menawarkan asuransi dengan memanfaatkan data kepemilikan mereka. Yang belum jelas adalah di mana dalam rantai nilai asuransi yang diinginkan perusahaan-perusahaan ini. Tempat logis pertama adalah distribusi. Google sudah ada dengan Google Bandingkan untuk asuransi mobil.

Kedua, perusahaan baru dapat dan akan memasuki pasar khusus yang menguntungkan dengan produk yang terfokus dan sederhana. Sebagaimana TransferWise dapat melakukan transfer uang antar negara lebih baik daripada bank, akan ada produk asuransi di mana pemain baru berkinerja lebih baik daripada pemain saat ini. Di AS, ada seniman seperti Oscar, Gravia, dan Navera yang bekerja untuk memberikan jaminan kesehatan yang lebih baik, hal yang menjadi kendala utama bagi pelanggan.

Model menarik lainnya adalah asuransi peer-to-peer, dan Friendsurance adalah contohnya di Jerman. Model ini setara industri asuransi itu sendiri. Model awal asuransi didasarkan pada pembagian risiko dan penghargaan oleh komunitas orang (dalam model asuransi mutual, komunitas sebenarnya memiliki perusahaan asuransi - Benjamin Franklin dalam memperkenalkan model ini di AS pada 1752). Komunitas online telah mencapai skala yang cukup besar agar model asuransi bersama dapat bekerja secara efisien, kali ini tidak terikat oleh batasan geografis. Ditambah dengan distribusi berbiaya rendah, membentuk komunitas kecil yang mengasuransikan diri mereka sendiri dapat memisahkan pasar asuransi yang sebelumnya homogen.

Catatan tentang Digital Insurer

Banyaknya data yang diterima perusahaan asuransi dapat menjadi aset jika diolah dengan benar. Namun data yang jumlahnya sangat besar ini seringkali terlewatkan jika hanya dianalisa secara manual.

Hadirnya big data dan artificial intelligence dalam sektor asuransi mempermudah proses pengolahan data yang akan berpengaruh dalam setiap proses transaksi. Sambil melihat tren pasar baru dan bagaimana perusahaan asuransi yang ada dapat beradaptasi berguna, transformasi digital memiliki lebih banyak peluang duniawi untuk pemain mapan juga. Digitalisasi sederhana dari proses asuransi yang ada (langsung melalui pemrosesan penawaran, konfigurasi produk yang cepat, dll.) Dapat meningkatkan hasil pada margin keuntungan. Dikombinasikan dengan skala perusahaan yang ada, jika dilakukan dengan baik dan tepat waktu, ini juga dapat membuat operator yang ada menjadi pesaing yang tangguh di era digital. Namun, ini sendiri mungkin tidak cukup.

Penggunaan dan pengolahan data dalam perusahaan asuransi bukanlah hal yang baru, salah satu proses penting yang menjadikan data sebagai objek yang sangat krusial adalah proses underwriting. Dalam menentukan premi yang sesuai dengan resiko bagi nasabah, pengolahan data-data sangat penting dan harus dilakukan dengan teliti agar tidak terjadi kesalahan dalam penetapan premi. Namun kini data-data yang diterima sangat banyak jumlahnya dan dalam bentuk yang beragam. Penggunaan big data terutama Machine Learning berguna untuk menganalisa data-data tersebut dan meningkatkan tingkat akurasi keputusan yang diambil. Machine Learning dapat menganalisa berbagai bentuk data dan tidak akan ada data yang terlewat untuk mengambil keputusan.

Dalam asuransi kendaraan, proses underwriting melibatkan data-data seperti jenis dan kondisi kendaraan untuk memprediksi resiko yang mungkin terjadi. Dengan menggunakan kemampuan machine learning, deteksi dapat dilakukan dengan melihat perilaku berkendara dan kepatuhan terhadap lalu lintas. Premi yang berbeda dapat ditetapkan pada kendaraan yang sama dengan perilaku berkendara yang berbeda, karena perbedaan perilaku ini dapat membawa resiko yang berbeda bagi perusahaan.

Bab 8

Kisah Sukses Dalam FinTech

Pendahuluan

Di sepanjang buku ini, kami telah mendengar dari perusahaan FinTech yang sukses tentang produk dan solusi mutakhir mereka dan dari para pemikir FinTech yang bekerja di seluruh organisasi besar yang menerapkan program inovasi FinTech yang ambisius. Di sini kita berbagi kisah sukses dari kedua pengusaha yang mendirikan FinTech cemara ms yang mengikuti visi mereka dan “intrapreneur” yang menerapkan inovasi dalam besar organisasi global. Kami melihat bisnis yang melayani konsumen serta perusahaan lain. Kesamaan dari semua cerita ini adalah kami meminta penulis kami untuk melihat ke bawah permukaan PR dan menceritakan lebih banyak tentang pendiri, visi mereka, dan pertumbuhan perusahaan dari waktu ke waktu.

Anda akan terinspirasi oleh pendiri eToro, jaringan investasi sosial terbesar di dunia , temukan kisah Avoka sebagai platform manajemen pengalaman pelanggan terkemuka, dan termotivasi oleh pendiri Bankable yang membangun “perbankan sebagai layanan” untuk semua. Selain itu, kami mengkaji bagaimana Citibank meluncurkan tantangan FinTech global berdasarkan visi seorang intrapreneur dan bagaimana SWIFT mampu menemukan dan berhasil menanggapi peluang FinTech bagi para wirausahawan dan basis keanggotaan global lembaga keuangannya. Kedua cerita dengan jelas menunjukkan bahwa bahkan lembaga keuangan yang sudah mapan pun memiliki kapasitas untuk berinovasi dan merangkul perubahan.

3.1

Membangun Jaringan eToro - Investasi Sosial Terbesar Di Dunia

Saat itu Senin pagi musim dingin yang dingin di Belanda dan Noa Strijbos pergi ke istal untuk merawat kudanya. Dia adalah salah satu pelatih kuda paling populer di dunia, tetapi 27.000 pengikutnya tidak tertarik dengan kecintaannya pada kuda.

Di jaringan investasi sosial, eToro, Noa telah mengubah dirinya dari pengamat amatir pasar keuangan menjadi pedagang profesional hanya dalam tiga tahun. Pengikut globalnya sedang menunggu untuk melihat pergerakan investasi berikutnya di pasar keuangan dunia. Apalagi, pada 2015 portofolio investasinya sudah naik 25%.

Saya Yoni Assia, pendiri dan CEO jaringan investasi sosial terbesar di dunia. Sebagai seorang anak yang tumbuh di tahun 80-an, saya terus-menerus dikelilingi oleh inovasi. Ayah saya, David, mendirikan perusahaan teknologi, Magic Software, yang pada tahun 1991 menjadi perusahaan perangkat lunak Israel pertama yang terdaftar di NASDAQ. Dikelilingi oleh revolusi teknologi ini, saya terinspirasi untuk memulai coding pada usia 14 tahun, berharap suatu hari dapat memainkan peran penting dalam tahap inovasi berikutnya. Seperti kebanyakan remaja, saya mulai bekerja di akhir pekan, mengumpulkan sedikit uang receh untuk dimasukkan ke dalam celengan saya. Akibatnya, saya ingin menggunakan uang ini dengan baik. Merasa tidak terinspirasi dengan melihat uang hasil jerih payah saya hanya duduk meja kerja dan sama-sama tidak terinspirasi oleh bank lokal, saya memutuskan bahwa saya akan mengambil kendali mengelola uang saya sendiri.

Saat itu tahun 90-an, teknologi sedang booming dan kulb basket Chicago Bulls menjadi aktor utamanya - baik di NBA maupun di pasar keuangan. Pria berjas, dengan mobil cepat, bekerja di gedung perkantoran besar yang tertutup berdagang di pasar dunia dengan banyak kesuksesan. Dengan pengalaman teknologi saya, serta bakat saya dalam angka, saya memutuskan untuk mencoba untuk trading dari kenyamanan kamar tidur saya sekarang. Mengapa saya tidak dapat bergabung dengan orang-orang di Wall Street dan menghubungkan diri saya dengan pasar keuangan dunia? Sayangnya perdagangan tidak sesederhana yang saya bayangkan. Dari sudut pandang praktis, itu semua agak merepotkan dan melelahkan. Untuk memulai, saya perlu membeli beberapa layar tambahan untuk komputer desktop saya. Setelah saya mengatur layar saya, saya dapat menganalisis grafik keuangan, tetapi seluruh pengalaman tampak sepi dan tidak berdaya. Faktanya, kakak laki-laki saya, Ronen, menganggap ketertarikan dan perjuangan saya dengan keuangan agak lucu.

Pada akhirnya, kami berdua sepakat bahwa hubungan ini bukanlah bahan tertawaan. Kami memahami dengan cepat bahwa pasar dan ekonomi global terhubung satu sama lain, namun entah bagaimana 99% dunia terputus dan terlepas dari ekosistem ini. Dengan kemunculan teknologi dan konektivitas sosial secara global, kami menyadari bahwa kekuatannya telah bergeser ke 99% yang tersingkap. Setelah dilengkapi dengan alat dan infrastruktur yang tepat, massa tidak hanya dapat memengaruhi pasar keuangan, tetapi juga dapat mengendalikan keputusan investasi mereka sendiri. Visi dan realisasi inilah yang menyebabkan berdirinya eToro pada tahun 2006.

Membangun Jaringan

Pada tahun 2006 pendiri kami, Ronen Assia, David Ring, dan saya sendiri, memutuskan untuk mencoba dan memecahkan masalah yang saya temui ketika mencoba berdagang secara online. Kami berusaha untuk menangani pengalaman perdagangan online yang rumit dan sepi dan membuat platform perdagangan online yang sederhana dan menyenangkan. Mengapa keuangan harus membosankan?

Awalnya platform kami dirancang sebagai tantangan finansial, dengan para pedagang bersaing satu sama lain di pasar global. Namun, kami segera menyadari bahwa ini bertentangan dengan visi awal kami. Daripada bersaing satu sama lain, akan lebih baik bagi pengguna kami untuk belajar dari satu sama lain dan kami memutuskan untuk merevolusi perdagangan dengan memungkinkan para pedagang untuk melihat kinerja dan portofolio satu sama lain. Dengan dunia yang mengalami resesi setelah tahun 2008, kami memahami adanya permintaan akan transparansi keuangan dan massa telah kehilangan kepercayaan pada lembaga keuangan tradisional. Dengan latar belakang meningkatnya tingkat utang global, krisis kredit, dan Bernie Madoff, dengan melihat apa yang dilakukan pedagang lain, kami menambahkan lapisan transparansi dalam ekosistem keuangan yang belum pernah ada sebelumnya. Kami memutuskan untuk menjadikan keuangan sosial.

Menskalakan Jaringan

Pada tahun 2010 kami mendirikan jaringan investasi sosial pertama di dunia, eToro OpenBook, tempat anggota komunitas online kami dapat mengikuti satu sama lain. Ini tidak hanya membangun jaringan pedagang, tetapi kerumunan cerdas yang mengumpulkan berita keuangan dan investasi dalam umpan berita pribadi. Pedagang sekarang dapat mengonsumsi berita keuangan pada umpan pribadi mereka, dan sebagai tanggapan perdagangan menurut informasi ini, mempromosikan keputusan investasi mereka kepada jutaan orang di jejaring sosial lain. Produk keuangan kini menjangkau pasar massal, bukan hanya segelintir orang terpilih. Rahasia pedagang yang sukses tidak lagi disembunyikan dari pandangan publik, tetapi lebih terbuka, diteliti atau disalin, tergantung pada interpretasi Anda sendiri.

Kemampuan untuk menyalin pedagang di eToro OpenBook tidak hanya memungkinkan anggota komunitas kami untuk meniru strategi perdagangan lainnya, tetapi juga memungkinkan investor untuk membangun portofolio berbasis orang, menciptakan kelas aset keuangan mereka sendiri. Selain menghasilkan tingkat tanggung jawab dan akuntabilitas yang lebih besar, perdagangan sosial umumnya mengungguli perdagangan independen, menurut data yang dianalisis oleh MIT Media Lab. Pergerakan uang masuk dan keluar dari portofolio berbasis orang ini dilakukan atas kebijaksanaan investor di jaringan, menciptakan bentuk manajemen aset tanpa gesekan. Hampir setiap orang dapat membuka akun di jaringan, dengan kekayaan bersih berapa pun, membuat portofolio mereka sendiri yang beragam. Kami telah secara dramatis menurunkan hambatan masuk bagi siapa saja yang ingin berinvestasi dan mengelola dana mereka sendiri, menciptakan jaringan yang dapat diskalakan dalam jangkauan jutaan, memberikan akses kepada pedagang ke pasar keuangan yang belum pernah mereka miliki sebelumnya. Sejak kami meluncurkan jaringan investasi sosial, kami belum pernah mundur.

Keberhasilan dalam membangun dan memperluas komunitas kita lahir dari pemahaman mendalam tentang tren teknologi global. Kami memeriksa revolusi sosial dan, alih-alih percaya bahwa ini hanya iseng-iseng, seperti yang dilakukan banyak orang, kami dengan cepat memahami bahwa ini adalah masa depan dari semua bentuk keuangan. Dengan mentransisikan platform kami ke cara dunia

berkembang, kami menjadi pengguna awal dan penggerak pertama di ruang ini. Ini juga memungkinkan kami untuk lebih merangkul visi kami untuk membuka pasar global bagi semua orang untuk berinvestasi dengan cara yang sederhana dan transparan.

Mendobrak Bank

Disalin dan diikuti dapat menjadi bisnis yang menguntungkan bagi para pedagang kami yang paling populer. Program Investor Populer kami memungkinkan pedagang untuk menerima 2% dari aset yang mereka kelola secara pasif. Ini adalah masa depan pengelolaan uang, sektor yang terkenal dengan eksklusivitas, biaya, pengawasan asap, dan cerminnya. Banyak pedagang di platform sekarang membangun dana mereka sendiri yang menguntungkan. Saat ini (Juni 2015), jaringan eToro mencakup 4,5 juta pengguna terdaftar di 170 negara. Ratusan instrumen keuangan dapat diperdagangkan di eToro dan investor kami dapat menyalin, mengikuti, dan berinteraksi satu sama lain dalam hampir semua bahasa, di seluruh dunia. Sampai hari ini, kami telah mengumpulkan total \$ 62 juta investasi. Putaran investasi terbaru kami "D" mencakup pendanaan yang signifikan dari tiga lembaga keuangan global utama, PingAn dari China, Sberbank dari Rusia, dan Commerzbank dari Jerman - eToro menjadi investasi FinTech pertama yang terakhir. Konvergensi perusahaan FinTech seperti eToro dan lembaga keuangan terkemuka menunjukkan kekuatan di balik gangguan kita tentang dunia lama keuangan.

Selama bertahun-tahun, hanya segelintir orang yang memiliki akses ke jenis informasi dan investasi yang memberi mereka kekuatan untuk menggerakkan pasar. Sistem keuangan sedang terganggu secara signifikan. Apa yang dulunya eksklusif dilakukan oleh orang-orang berjas di Wall Street dan City sekarang lebih mudah diakses oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja.

3.2 Sukses Semalam Avoka Butuh 13 Tahun Pembuatan

"OMG" (artinya "Ya Tuhan!"). Saya terbiasa dengan ungkapan itu, tetapi itu adalah pertama kalinya saya mendengar seorang eksekutif, apalagi C-level di bank global, menggunakannya dalam rapat. Dia telah menyadari apa yang dapat dilakukan Avoka untuk perusahaannya dan saya menyadari bahwa kami benar-benar telah membeli sesuatu yang istimewa di Avoka.

Rasanya seperti puncak dari periode 5 bulan yang intens dari berita-berita yang "positif" – kami telah memenangkan penghargaan Finovate "Best Of Show" berturut-turut di London dan California, kami dianugerahi "Solusi Keterlibatan Pelanggan Paling Inovatif" di Citi Mobile Tantangan, dan kami dipanggil dalam "22 Startup Teknologi Finansial yang Perlu Anda Ketahui" dari Majalah Inc. Rasanya seperti 13 tahun kerja keras dan empat poros penting (mungkin lebih banyak "penyempurnaan" daripada "poros") dalam bisnis kami telah menyebabkan Avoka menjadi sukses "semalam". Dan perjalanan pun dimulai. . .

Pada tahun 2002, Philip Copeland dan Howard Treisman, yang merupakan pebisnis sukses dan veteran IT, mendirikan Avoka sebagai usaha berikutnya (start-up ketiga Philip). Avoka difokuskan untuk memenuhi janji Business Process Management (BPM), yaitu "Business Agility". Setelah menyelesaikan sejumlah proyek yang berhasil di bidang jasa keuangan, layanan pemerintah, dan penerbangan,

Philip dan Howard menyadari bahwa banyak klien yang mereka jual sudah memiliki satu, jika bukan empat, BPM atau sistem alur kerja. Mereka tidak membutuhkan yang lain. Apa yang benar-benar mereka butuhkan adalah cara menghubungkan sistem tersebut dengan pelanggan yang berada di luar organisasi. Mereka perlu mengizinkan pelanggan untuk mendaftar secara online, dan itu harus menjadi pengalaman pelanggan yang hebat. Mereka membuat indikator analisis teknis, atau perhitungan, yang digunakan untuk menentukan tren pasar secara keseluruhan selama jangka waktu yang berbeda atau disebut Pivot Point.

PIVOT 1 – Pengalaman pelanggan, bukan manajemen proses bisnis

Avoka mengalihkan fokus dari mengelola proses internal organisasi menjadi memungkinkan pelanggan untuk memulai proses seperti mengajukan pinjaman atau membuka rekening. Kenyataannya adalah bahwa pelanggan utama Avoka di layanan keuangan dan pemerintahan memiliki ratusan dan dalam beberapa ribu jenis transaksi ini. Transaksi volume tertinggi yang tersedia secara online (misalnya Open Akun Current, Terapkan untuk Kartu Kredit) dan sisanya masih berbasis kertas.

Masalahnya adalah bahwa cara tradisional untuk memberikan pengalaman online untuk menggantikan kertas atau formulir PDF adalah meminta Departemen TI untuk mengembangkan kode khusus menggunakan pemrogram. Ini tidak murah atau cepat, oleh karena itu hanya transaksi dengan volume tertinggi yang online. Avoka melihat kebutuhan akan cara yang lebih cepat untuk membangun pengalaman online ini tanpa pemrograman - sesuatu yang menempatkan “bisnis” dalam kendali, dengan TI sebagai peran pendukung. Dan itu menciptakan kebutuhan kedua - solusi untuk mengelola pengalaman online ini. Lagi pula, jika Anda sudah mendapatkan ratusan transaksi online, maka Anda perlu tempat untuk menyimpannya. Hal ini menyebabkan pengembangan iterasi pertama produk Avoka, Transact.

Kami belajar banyak selama periode ini tentang perilaku konsumen dan apa yang membuat pengalaman pelanggan menjadi baik. Kami mengambil pembelajaran ini dan kami memasukkannya ke dalam produk kami, sehingga setiap klien berikutnya mendapat manfaat dari pelajaran dari mereka yang pergi sebelum mereka. Akibatnya, Avoka sekarang menjadi perusahaan pengalaman pelanggan.

PIVOT 2 – Seluler, pengubah game

Pada tanggal 9 Januari 2007 di Moscone Center di San Francisco, Steve Jobs memperkenalkan iPhone kepada dunia. Itu mengubah segalanya - dari cara kami memeriksa cuaca hingga cara kami berkomunikasi, dari cara kami menemukan informasi hingga cara kami berbelanja. Awalnya klien kami memberi tahu kami “orang tidak ingin mengajukan pinjaman atau membuka rekening bank di iPhone, layarnya terlalu kecil”, tetapi kami tidak begitu yakin.

Pada tahun-tahun berikutnya, menjadi jelas bahwa pelanggan ingin melakukan apa saja di ponsel mereka, termasuk mengajukan rekening bank, pinjaman, atau mengajukan klaim asuransi. Salah satu perusahaan asuransi menjelaskan kepada kami bagaimana mereka ingin memudahkan pelanggan yang kehilangan tempat tinggal akibat badai untuk mengajukan klaim asuransi ke ponsel cerdas, tablet, atau PC mereka... apa pun yang dapat Anda akses setelah bencana alam. Ini harus nyaman, bukan aplikasi yang harus diunduh pelanggan.

Membangun kemampuan untuk mendukung perangkat seluler dan desktop dari satu desain mungkin merupakan pengembangan produk tunggal paling signifikan yang kami investasikan. Namun kemudian kami akan menyadari bahwa hal itu mutlak harus dilakukan. Avoka sekarang adalah perusahaan pengalaman pelanggan yang berfokus pada produk baru dari “saluran digital” yang mencakup PC, ponsel cerdas, dan yang terbaru, tablet.

PIVOT 3 – Komputasi awan yang semakin canggih

Pada saat yang sama ketika Steve Jobs dan perangkat seluler mengubah pengalaman pelanggan, Jeff Bezos dan Cloud mengubah cara organisasi membangun dan menghosting aplikasi perangkat lunak mereka. Dan ini memberikan peluang yang sangat besar bagi Avoka.

Pada titik ini, produk Avoka adalah produk yang dipasang di pusat data organisasi dan klien tipikal kami adalah bank, perusahaan asuransi, manajer kekayaan, dan lembaga pemerintah. Memasukkan server baru ke pusat data organisasi seperti ini sangatlah sulit, sangat sulit. Pusat data biasanya dikelola oleh perusahaan outsourcing IT besar yang menyediakan layanan tambahan seperti instalasi, keamanan, cadangan, redundansi, dll. Di atas server bare-metal. Sebuah server \$ 10.000 dapat dengan mudah menghabiskan biaya total \$ 100.000 per tahun dan waktu tunggu 2–6 bulan untuk memesan, menerima, dan memasang server bukanlah hal yang aneh.

Untuk bisnis seperti Avoka yang sudah mengalami siklus penjualan 3–12 bulan, menambahkan bulan tambahan sebelum pelanggan aktif membuat lumpuh. “*Agility is the new black*” dan pusat data tradisional jauh dari gesit. Dengan menggunakan Cloud, kami dapat menyiapkan contoh baru dari produk kami untuk pelanggan dalam satu hari. Haleluya!

Pada titik ini, kami juga mengambil keputusan untuk beralih ke penetapan harga berbasis transaksi. Jika pelanggan melengkapi aplikasi, misalnya, untuk rekening bank baru, akan dikenakan biaya. Hal ini memungkinkan Avoka untuk menyesuaikan biaya produk kami dengan nilai yang diberikan. Ada beberapa penolakan terhadap pendekatan baru ini pada saat itu - organisasi terbiasa berpikir dalam istilah “membeli” perangkat lunak dan membayar untuk pemeliharaan dan dukungan. Tetapi karena produk seperti Salesforce terus semakin populer, begitu pula gagasan tentang Software as a Service (SaaS). Kami tetap teguh pada model SaaS baru dan dalam waktu sekitar 18 bulan, keberatan cukup banyak menghilang. Avoka sekarang menjadi perusahaan SaaS yang berfokus pada pengalaman pelanggan digital.

PIVOT 4 – Fokus tingkat tinggi

Saat ini, Avoka berkembang dengan baik dan memiliki pelanggan di perbankan, asuransi, manajemen kekayaan, pemerintahan, farmasi, teknik, konstruksi, transportasi dan sebagainya. Kami merasa waktunya sudah tepat untuk mencari cara untuk mendorong pertumbuhan yang eksplosif. Semua yang kami ketahui dan baca mengatakan bahwa kami perlu “fokus”.

Jelas bahwa kita harus fokus pada jasa keuangan dan khususnya perbankan dan manajemen kekayaan - tetapi apa sebenarnya proposisi nilai kita? Mengapa bank harus melibatkan Avoka sebagai vendor baru? Kami membantu efisiensi operasional, produktivitas TI, waktu ke pasar, akuisisi pelanggan, tetapi itu masih terlalu luas. Apa proposisi nilai unik Avoka untuk klien target kita? Apa elevator pitch kita? Itu mungkin pertanyaan tersulit yang pernah kami jawab. Masalahnya, kami sudah tahu jawabannya - kami belum bergabung dengan titik-titik.

Delapan tahun sebelumnya, seorang eksekutif di sebuah bank besar telah memberi tahu kami bahwa “tingkat pengabaian untuk aplikasi pinjaman pribadi online berjalan sekitar 92%”. “Bayangkan,” serunya, “jika 92% pelanggan yang masuk ke cabang pergi sebelum menyelesaikan transaksi atau jika 92% panggilan ke pusat panggilan kami tidak dijawab - kami akan segera gulung tikar.” Pengabaian transaksi penjualan online (pembukaan rekening, pengajuan pinjaman, dll.) Dalam layanan keuangan merupakan masalah pelukan dan tampaknya perbankan adalah satu-satunya industri yang bersedia menerima tingkat pembayaran yang begitu rendah. Dan ketika saluran digital semakin penting, masalahnya semakin parah. Dalam lingkungan dengan suku bunga rendah (pasca krisis keuangan) dan penawaran baru seperti pinjaman peer-to-peer, lembaga keuangan tradisional menjadi sangat fokus untuk mendapatkan pelanggan baru. Mereka berinvestasi besar-besaran dalam pemasaran digital untuk memastikan bahwa jika pelanggan berada di pasar untuk suatu produk, bank mereka “gagal”. Masalahnya adalah, ketika pelanggan menekan “Ajukan Sekarang”, pengalamannya sangat mirip dengan awal tahun 2000 - an, sehingga tingkat pengabaian tetap tinggi.

Lalu kami beruntung. Kami diperkenalkan ke lembaga keuangan yang benar-benar fokus pada menulis lebih banyak pinjaman pribadi dan bersedia bekerja sama dengan kami untuk mencapainya. Kami mengirimkan aplikasi pinjaman pribadi baru hanya dalam 10 hari dan kemudian tim kami bersama-sama mulai mengamati statistik pengabaian yang kami hasilkan. Kami bertanya pada diri sendiri “di mana pelanggan aba ndoning dan mengapa?” Kami akan membuat hipotesis (“mungkin jika kami mengubah X”), berbicara dengan pelanggan tentang hal itu, dan reaksi mereka adalah “lanjutkan ... buat kekacauan!” Jadi kami melakukannya dan segera memantau pengabaian tersebut. Lihatlah, itu berkurang, yang berarti aplikasi pinjaman lebih lengkap. Jadi kami membuat lebih banyak kekacauan - selalu hanya mengubah satu hal pada satu waktu sehingga kami tahu apakah itu positif atau negatif. Berhasil! Hanya dalam enam minggu, kami telah bekerja sama untuk mengurangi tingkat pengabaian aplikasi pinjaman mereka dari 64% menjadi 49% - peningkatan signifikan dalam pinjaman yang ditulis setiap minggu. Pengalaman ini membantu meningkatkan pengetahuan kami tentang masalah tersebut, tetapi juga memberi kami bukti bahwa pengabaian dapat diatasi secara efektif, atau setidaknya dikurangi. Dengan melihat gesekan atau usaha yang terkait dengan penyelesaian pinjaman online atau aplikasi akun dan mengidentifikasi cara untuk meminimalkan gesekan itu (yaitu memudahkan konsumen), semua orang menang. Saya tidak bisa melebih-lebihkan pentingnya memiliki pelanggan dan data nyata untuk membuktikan proposisi nilai kami nyata, bukan teoretis. Prospek terhubung dengan cerita, bukan slide PowerPoint.

Kami membawa konsep penjualan digital tanpa gesekan ke Finovate, konferensi terkemuka untuk perbankan mutakhir dan teknologi keuangan (dengan format khusus demo yang unik) dan memenangkan tiga penghargaan "Best of Show" berturut-turut. Ini memberikan konfirmasi bahwa apa yang kami bicarakan dan sampaikan dihargai oleh sektor keuangan. Avoka sekarang menjadi perusahaan SaaS yang berfokus pada pengalaman pelanggan tanpa gesekan dalam layanan keuangan.

Kami telah menemukan rumah kami.

Pelajaran yang Dipetik

Di FinTech, ada dua jenis perusahaan:

- Pengganggu - mereka yang menawarkan alternatif untuk perbankan tradisional seperti pinjaman peer-to-peer.
- Kolaborator - mereka yang menawarkan bank cara alternatif untuk berbisnis.

Avoka adalah seorang kolaborator.

Sekarang, untuk mengatakan kita berputar empat kali tidak sepenuhnya akurat. Itu lebih merupakan penyempurnaan dari solusi dan model bisnis kami. Tapi itu adalah perubahan yang signifikan. Dan di sepanjang jalan, kami telah memetik beberapa pelajaran berharga. Jual sesuatu yang membuat klien Anda sukses - jika produk / layanan Anda dapat langsung dihubungkan untuk membantu membuat klien Anda sukses, khususnya mendapatkan pelanggan baru (sebagai lawan untuk mengurangi biaya operasi, dll.), Fokuslah pada hal itu. Dan saat bekerja dengan klien, dengarkan dan pelajari, dan tanamkan pembelajaran itu ke dalam penawaran Anda.

Ceritakan “kisah” Anda dengan hasil - sesegera mungkin, buat studi kasus (bahkan yang buta / anonim) dengan data dingin yang menunjukkan nilai yang telah Anda sampaikan. Dan sampaikan ini sebagai sebuah cerita, seperti yang akan Anda ceritakan di BBQ. Orang-orang terhubung dengan cerita.

Beradaptasi dengan perubahan - jika Anda menggunakan FinTech, satu-satunya hal yang konstan adalah perubahan. Anda tidak dapat menanggapi setiap “teknologi yang mengubah permainan” yang disarankan, tetapi Anda harus tetap memperhatikan denyut nadi industri dan bersiap untuk bergerak. Jika sebuah teknologi terlihat memiliki potensi untuk membantu konsumen dan membuat hidup mereka lebih mudah, ada kemungkinan besar mereka akan mengadopsinya (iPhone, *peer-to-peer lending*, dll.) Jadi berikan perhatian khusus Anda pada teknologi ini. Menetapkan bagaimana mereka dapat membantu atau menghalangi bisnis Anda.

3.3

Perbankan Bankable Sebagai Layanan

Bankable dapat diartikan sebagai ‘Nasabah yang memenuhi persyaratan Bank’. Dimana yang dituju untuk memenuhi persyaratan Bank tersebut adalah individu-individu baik yang sebagai nasabah debitur, maupun nasabah tabungan atau deposito, atau masyarakat luas yang memerlukan layanan Perbankan.

Bankable didirikan pada tahun 2007 ketika kata “Fin Tech” bahkan belum pernah diciptakan. Semuanya dimulai pada sebuah pesta makan malam di London pada bulan November 2006 di mana saya bertemu dengan seorang wanita yang telah berinvestasi di ruang pembayaran prabayar di Amerika Serikat. Aplikasi layanan prabayar sudah menjadi industri dengan pertumbuhan tinggi di AS dan saya pikir pertumbuhan ini akan menyebar ke Eropa. Eric Mouilleron Pendiri & CEO Bankable melihat lebih dekat pada industri pembayaran dan menemukan dunia yang buram dengan biaya yang tidak wajar, inefisiensi yang besar, dan kurangnya pemrosesan waktu yang sebenarnya. Dia menyadari bahwa

industri ini siap menghadapi gangguan dengan menambahkan komponen waktu nyata, fleksibilitas, efisiensi, dan transparansi persamaan pembayaran baru. Saya ingin meluncurkan usaha perangkat lunak baru dari awal, yang inovatif dan mengganggu, namun tidak padat modal atau sumber daya. Pembayaran benar-benar tepat.

Eric Mouilleron berasal dari latar belakang teknologi. Di Valtech, sebuah konsultan berbasis proyek IT yang sebelumnya saya dirikan bersama pada tahun 1993, pertumbuhan kami menurut definisi dibatasi oleh jumlah karyawan kami. Semakin banyak anggota tim yang dapat ditagih yang harus kami kirimkan proyek perangkat lunak, semakin besar kapasitas kami untuk membuat faktur. Dia ingin mematahkan kematian itu dan membangun bisnis yang terukur tidak bergantung pada perekrutan staf baru. Dalam enam tahun, Valtech berkembang dari dua pendiri dalam satu kantor menjadi 1.200 karyawan dengan 12 kantor di delapan negara. Perusahaan dibiayai dengan uang dari teman dan keluarga, yang dengan cepat menghasilkan pendapatan dari klien. Pada bulan April 1999, Valtech go public di bursa saham Paris dan pada puncaknya pada tahun 2000, mencapai kapitalisasi pasar sebesar US \$ 1,5 miliar.

Menyadari adanya kesenjangan dalam industri pembayaran, saya bertekad untuk menggantikan inefisiensi pembayaran dengan solusi yang efisien, real-time, terjangkau, dan aman. Menyadari skalabilitas yang dapat dicapai dalam bisnis yang didorong oleh teknologi, saya membayangkan mendorong pembayaran dengan inovasi teknologi yang dapat diskalakan secara global.

Eric Mouilleron menghadiri Konferensi Prabayar MasterCard pertama di Praha pada Mei 2007. Energi yang dihasilkan oleh begitu banyak orang di konferensi tersebut menegaskan keyakinan bahwa pembayaran prabayar adalah sektor yang sedang berkembang pesat dengan potensi pertumbuhan yang luar biasa. Saya ingin menjadi bagian darinya.

Kemudian mulai kembali diskusi dengan perusahaan tempat saya berada di AS dengan tujuan mengimpor teknologi pembayaran prabayar mereka ke Eropa. Namun, ini terbukti tidak mungkin karena platform penerbit perangkat lunak mereka tidak memiliki fleksibilitas untuk menjadi global. Berdasarkan pengalaman sebelumnya dalam memberikan solusi perangkat lunak yang dapat diskalakan kepada klien, kemudian memutuskan untuk mengembangkan platform transaksional fleksibel internal yang akan sesuai dengan kebutuhan lembaga keuangan dan non-keuangan besar yang menargetkan masalah pembayaran bagi perusahaan dan konsumen.

Namun, regulasi mencegah lembaga keuangan bukan bank untuk segera meluncurkan layanan pembayaran di Eropa. Dengan industri yang bergerak cepat di AS, di mana semakin banyak perusahaan rintisan yang mendefinisikan jasa keuangan, Eric Mouilleron menunggu untuk mengantisipasi gelombang perubahan yang akan melanda Eropa juga. Sementara itu, saya terus mengerjakan arsitektur bisnis dan hukum untuk Bankable. Dua tahun kemudian, akhirnya dihargai atas kesabaran. Pada bulan November 2009, Petunjuk Layanan Pembayaran diterapkan oleh sebagian besar Negara Anggota UE untuk merangsang persaingan di pasar guna menyediakan layanan keuangan yang transparan dan efisien kepada konsumen. Ini adalah perubahan peraturan yang diperlukan yang akan memungkinkan kami untuk beroperasi di Eropa sebagai penggerak teknologi pembayaran baru. Juga, pada Desember 2009, perubahan peraturan ini membantu saya menutup putaran pertama pendanaan sebesar EUR1,5 juta dari satu investor swasta. Bankable mulai beroperasi pada Januari 2010 sebagai pengelola program pembayaran yang berkantor pusat di London. Selanjutnya, memilih London, karena *Financial Conduct Authority* (UK) selalu mendorong persaingan di industri keuangan dan pemerintah Inggris secara

umum secara aktif mempromosikan bisnis. Mayoritas e-money di lembaga-lembaga berkantor pusat di Inggris. Posisi London sebagai jaringan perdagangan global dengan fokus pada esar bisnis teknologi keuangan dan kantor pusat perusahaan besar serta lembaga keuangan tidak tertandingi di Eropa. Dengan demikian, London juga menarik kumpulan bakat yang sangat terampil dan beragam.

Sebagai salah satu pendiri Valtech selama 12 tahun, Eric Mouilleron selalu mendorong lingkungan multikultural dan beragam. Dia menerapkan nilai-nilai yang sama kepada Bankable dan orang-orang yang bekerja yang membawa keahlian khusus dan ahli di bidangnya masing-masing - mulai dari konsultasi dan hukum, hingga industri pertahanan dan telekomunikasi.

Eric Mouilleron ingin membangun tim yang terdiri dari orang-orang brilian yang memiliki ide-ide segar dan tidak ragu-ragu untuk mengungkapkan pikiran mereka. Pengalaman telah mengajari bahwa menempatkan orang-orang seperti itu di sebuah ruangan bersama-sama menghasilkan ide dan solusi yang cerdas. Eric bertemu dengan karyawan pertamanya melalui mantan Kepala Prabayar di MasterCard Eropa. Dia dibawa luas pengalaman dalam industri prabayar, yang penting dalam meletakkan foundations dari Bankable. Kemudian diperkenalkan dengan seorang partner dan Chief Operating Officer Bankable saat ini melalui seorang teman di sebuah pesta pada Mei 2010. Mengingat latar belakang konsultannya, Eric membagikan proposal bisnis dengannya untuk mendapatkan umpan balik. Sang rekan melihat peluang dalam bisnis dan akhirnya memutuskan untuk bergabung dengan Bankable pada September 2010. Eric secara bertahap membangun tim yang lain sebagian besar melalui koneksi yang dibuat selama dua tahun menunggu regulasi berubah.

Dengan tim yang sudah siap, Eric menghubungi beberapa perwakilan Deutsche Bank yang juga ia temui di konferensi untuk lembaga keuangan non-bank. Mereka tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang bank penantang dan FiinTech serta bersedia memberikan umpan balik mereka selama setiap langkah pengembangan platform transaksional yang saya pikirkan. Kami bekerja untuk membangun versi pertama dari platform Bankable dan secara bersamaan menjadwalkan pertemuan dan menempatkan kontrak dengan pemroses pembayaran, biro kartu, dan bank untuk mensponsori BIN. Dengan adanya kemitraan ini, aksi trans pertama yang berhasil di platform Bankable diproses pada Maret 2011. Selanjutnya, platform Bankable menjalani audit selama 18 bulan oleh Deutsche Bank Global Transaction Banking, menjadikan kami sebagai "Vendor yang Disetujui Global" oleh Deutsche Bank di ruang kami. Kami kemudian membuat program kartu prabayar pencairan korporat untuk Deutsche Bank yang berjalan lancar pada Oktober 2013. Memiliki merek seperti itu yang melekat pada Bankable sangat bermanfaat karena menciptakan kepercayaan instan dan membangun kredibilitas dengan calon klien dan mitra. Saat ini, Bankable memiliki lebih dari 80 klien di seluruh Eropa.

Selama lima tahun, Bankable telah berkembang dan memperluas cakupannya untuk menawarkan solusi pembayaran yang inovatif dengan mengalihkan fokus dari kartu prabayar sebagai alat pembayaran ke visi perusahaan untuk menyediakan "Perbankan sebagai Layanan". Untuk memenuhi kebutuhan bisnis lembaga keuangan besar dan pemain FinTech yang mengganggu, kami telah mengembangkan platform kami menjadi platform transaksional yang sangat fleksibel yang berfungsi sebagai inti untuk menyediakan solusi pembayaran yang dipesan lebih dahulu. Platform kami memungkinkan organisasi yang diatur atau tidak diatur untuk meluncurkan solusi pembayaran yang ditargetkan dengan cepat.

Misalnya, seorang pengusaha Prancis, yang kebetulan juga tetangga Eric, mengidentifikasi peluang untuk meluncurkan keuangan yang ditargetkan untuk generasi muda. Eric mengenalkannya pada

platform Bankable saat minum kopi dengannya suatu pagi ketika dia menyadari bahwa fungsionalitas platform be spoke dapat memperkuat idenya. Bankable kemudian menyediakan satu set API yang memungkinkannya membangun apapun dengan cepat. saya, solusi yang menggantikan uang tunai sebagai uang saku anak dengan kartu prabayar, sekaligus menyediakan alat pemantauan bagi orang tua. Solusinya telah diterima dengan sangat baik di Prancis dan selaras dengan gagasan untuk menyediakan layanan pembayaran penting dan pemantauan transaksi secara real time.

Saat ini, tim Bankable berbasis di kantor-kantor di London dan Paris, mewakili lima negara, dan berbicara dalam delapan bahasa. Saat Fin Tech menyebar secara global, Bankable ingin berperan dalam revolusi yang sedang berlangsung dengan terus menyediakan solusi pembayaran yang efisien dan hemat biaya untuk semua orang. Kami ingin memperluas layanan kami ke pasar negara berkembang di mana platform Bankable yang kuat dan inovatif akan membantu menggantikan uang tunai. Prioritas saya sekarang adalah membuat Bankable sukses dan menjadi pembayaran “Intel Inside”.

8.4

Kisah Sukses Inovasi Citi

Citigroup Inc. atau Citi adalah bank investasi multinasional Amerika dan perusahaan jasa keuangan yang berkantor pusat di New York City. Perusahaan ini dibentuk oleh penggabungan raksasa perbankan Citicorp dan konglomerasi keuangan Travelers Group pada tahun 1998; Travelers kemudian dipisahkan dari perusahaan pada tahun 2002.

Melihat industri keuangan saat ini, persaingan sangat ketat dan perusahaan memiliki peluang yang jelas untuk berinovasi - untuk memenuhi tuntutan dan harapan klien mereka, menciptakan produk dan pengalaman baru, dan mendorong kemajuan dalam industri. Pada saat yang sama, ada populasi besar pengembang dan desainer di seluruh dunia yang siap membantu membuat perubahan tersebut tetapi mereka perlu diundang untuk bergabung dalam percakapan. Hasilnya, kami melihat individu-individu inovatif ini menciptakan permulaan keuangan daripada bergabung dengan perusahaan besar. Kami membaca tentang perusahaan baru ini sepanjang waktu; baik mereka bawa pangsa pasar dari didirikan bank atau diakuisisi oleh mereka. Mereka sering dipandang sebagai kompetisi tetapi tidak sesederhana itu. Di Citi, kami mengganggu norma dengan mendorong dan memberdayakan individu untuk bekerja bersama kami guna membantu berinovasi dan mengubah industri keuangan.

Permulaan FinTech

Melihat industri keuangan saat ini, persaingan sangat ketat dan perusahaan memiliki peluang yang jelas untuk berinovasi – untuk memenuhi tuntutan dan harapan klien mereka, menciptakan produk dan pengalaman baru, dan mendorong kemajuan dalam industri. Pada saat yang sama, ada banyak pengembang dan desainer di seluruh dunia yang siap membantu membuat perubahan tersebut, tetapi mereka perlu diundang untuk bergabung dalam percakapan. Akibatnya, kami melihat individu-individu inovatif ini menciptakan perusahaan rintisan finansial alih-alih bergabung dengan perusahaan besar. Kami selalu membaca tentang perusahaan rintisan ini; baik mereka mengambil pangsa pasar dari bank-bank mapan atau diakuisisi oleh mereka. Mereka sering dipandang sebagai kompetisi tetapi tidak sesederhana itu. Di Citi, kami mendobrak norma dengan mendorong dan memberdayakan individu untuk bekerja bersama kami untuk membantu berinovasi dan mengubah industri keuangan.

Bank memiliki kesempatan untuk memikirkan kembali bagaimana mereka mendekati inovasi dan mengubah diri mereka sendiri dengan menggunakan beberapa aplikasi kreatif yang sedang disusun dan dibawa ke pasar oleh para pelaku keuangan non-tradisional. Di Citi, kami melihat ekosistem yang berkembang serta tempat-tempat tak terduga lainnya di seluruh dunia, untuk menemukan hal besar berikutnya dalam perbankan. Membangun hubungan dan menghabiskan waktu yang signifikan di pasar yang pernah dianggap berjauhan sangat penting bagi kami untuk benar-benar memahami tantangan spesifik lokasi yang dihadapi klien kami. Ide dan solusi yang kami gali saat kami jelajahi dapat membantu kami selangkah lebih maju dari pasar yang mengganggu.

Laju inovasi FinTech saat ini merupakan tantangan bagi bank tradisional. Bank-bank besar memiliki proses perencanaan yang mendarah daging dan menghadapi peraturan yang dapat mengakibatkan siklus masuk ke pasar yang panjang dan proses persetujuan yang rumit. Mereka tidak dianggap gesit atau sangat responsif. Perusahaan rintisan, meskipun kekurangan sumber daya perusahaan global, tidak terbatas dalam hal memanfaatkan teknologi baru dan dengan demikian dapat bekerja dengan gesit untuk berinovasi dan menanggapi umpan balik pelanggan dengan biaya yang lebih murah.

Salah satu area spesifik di mana Citi mempercepat inovasi dan pengembangan FinTech adalah melalui tim Digital Acceleration. Tim global ini diciptakan untuk mendorong kemajuan dengan bekerja sama dengan organisasi FinTech dan memanfaatkan inovasi luar-dalam untuk melepaskan kekuatan komunitas teknologi, mengembangkan solusi baru, dan mengganggu cara bank berinovasi.

Mengambil Langkah Strategis

Dalam melihat industri keuangan secara keseluruhan, jelas ada dua cara yang dapat diambil oleh lembaga - lembaga besar. Yang pertama adalah posisi defensif - gagasan bahwa hanya sedikit yang dapat disumbangkan oleh komunitas start-up dan tidak perlu dipandang sebagai persaingan yang serius. Perusahaan yang tak terhitung jumlahnya di berbagai industri telah mengambil jalan ini dan tidak hanya kehilangan relevansinya tetapi juga bagian terbesar dari perusahaan rintisan yang harus mereka ajak berkolaborasi. Cara kedua dan salah satu yang kita di Citi telah memilih, adalah menemukan jalan untuk bekerja dengan karena banyak perusahaan yang inovatif mungkin dalam membantu mereka merancang dan berinovasi sektor kami, yang pada akhirnya menguntungkan kita dan jutaan pelanggan kami. Meskipun kami memiliki pengembang yang sangat berbakat yang bekerja secara internal dalam segala hal mulai dari kehadiran dot-com hingga teknologi seluler yang pertama di jenisnya, ada batasan untuk apa yang dapat kami capai sendiri. Kita tahu bahwa pasar global masing-masing memiliki kebutuhan dan keinginan spesifiknya sendiri yang dibentuk oleh infrastruktur, budaya, adopsi seluler, akses Wi-Fi, dan faktor lainnya yang tak terhitung jumlahnya. Kami menyadari bahwa kami perlu membuat platform untuk memberikan suara sekaligus membantu mendorong jenis inovasi yang dibutuhkan secara lokal oleh pelanggan kami.

Setelah kami memutuskan ingin berkolaborasi dengan pengembang, kami perlu menemukan cara agar mereka dapat bekerja sama. Tidak selalu mudah untuk mengadakan pertemuan atau menandatangani kesepakatan dengan seorang eksekutif di lembaga keuangan global. Bagaimana kita bisa membuat itu menjadi kemungkinan? Setelah melihat semua pemain yang ingin kami sertakan - pengembang, desainer, pemimpin pemikir teknologi, dan pemerintah - kami membuat Citi Mobile Challenge (CMC). Program ini adalah akselerator generasi mendatang yang tidak membatasi dirinya sendiri pada lokasi fisik tetapi melakukan program tiga bulan secara virtual di seluruh dunia, memanfaatkan jangkauan global Citi yang tak tertandingi untuk menemukan dan menerapkan solusi di lebih dari 100 pasar.

Menciptakan Citi Mobile Challenge

Pendekatan Citi terhadap inovasi perbankan lebih dari sekedar kompetisi. Ini adalah kesempatan bagi kami untuk mengubah industri keuangan dengan bekerja sama dengan pengembang dan desainer papan atas yang dapat membawa kami ke level berikutnya dan benar-benar mengubah cara bank dunia. CMC menghubungkan pengembang dan sumber daya dengan cara yang tidak sering atau cukup cepat terjadi di tempat lain dalam layanan keuangan.

CMC berlangsung di mana pun pengembang berada - pilihan kapan dan bagaimana bekerja sepenuhnya ada di tangan mereka. Pengembang dari seluruh dunia diberikan akses ke API dari Citi dan dari perusahaan teknologi terkemuka untuk membangun solusi yang dapat mengubah dunia. Finalis dipilih dan bersiap untuk Demo Days, di mana mereka memiliki kesempatan untuk mempresentasikan solusi prototipe mereka secara langsung. Pimpinan dari Citi dan puluhan perusahaan lain menilai acara ini dan bertemu langsung dengan pengembangnya. Inovasi terbaik dipilih dan diinkubasikan oleh Citi untuk membantu mengubah prototipe mereka menjadi pilot yang layak.

Citi Mobile Challenge Diluncurkan di Amerika Latin

Citi Mobile Challenge meluncurkan program perdananya di Amerika Latin pada musim semi 2014. Seratus lima puluh ide telah disebarluaskan oleh lebih dari 500 pengembang dari 19 negara yang berbeda. Kecepatan dan hasil yang diperoleh dari program ini luar biasa - dan kami tahu bahwa kami sedang melakukan sesuatu yang benar-benar akan mengubah perbankan digital. Sebelas inovasi teratas diumumkan dan manajer proyek ditugaskan ke setiap tim untuk membantu para pengembang ini menavigasi bisnis dan proses Citi. Citi telah meluncurkan uji coba dengan dua tim tersebut. Yang pertama adalah PAQ, platform perdagangan seluler siklus penuh yang menghubungkan lembaga keuangan mikro, penyedia teknologi, pengecer kecil, distributor perusahaan, dan Citi untuk mempromosikan inklusi keuangan. Yang kedua adalah PideloRapido, solusi e-commerce pribadi yang terintegrasi. Percontohan ini adalah contoh yang sangat baik tentang bagaimana kami dapat terhubung dengan pengembang eksternal dan bahkan lembaga keuangan lainnya dan memungkinkan kemajuan bagi lebih banyak klien kami di seluruh dunia. Bagi kami di Citi, ini adalah ilustrasi yang sangat bagus tentang bagaimana kami dapat terhubung ke seluruh lini bisnis dan grafik geografis untuk mendorong kemajuan bagi berbagai klien kami.

Citi Mobile Challenge Menjelajah Dunia

Setelah program awal yang sukses di Amerika Latin, Citi Mobile Challenge melakukan perjalanan ke Amerika Serikat pada musim gugur 2014 dan ke Eropa, Timur Tengah, dan Afrika pada musim semi 2015. Dengan setiap Tantangan, program menambahkan elemen baru, memperdalam hubungan dengan sponsor, dan menumbuhkan komunitas para pemimpin pemikiran FinTech.

Di Amerika Serikat, seruan kami untuk pengiriman menarik lebih dari 700 pendaftaran dari 62 negara. Kami meninjau 61 prototipe kerja dari finalis di Demo Days di Silicon Valley, New York, dan Miami, dan menyebutkan 12 inovasi teratas dalam solusi seluler dan Internet of Things. Kami berkembang dari tiga sponsor di Amerika Latin menjadi 18 di AS dan menambah nilai bagi pengembang melalui peningkatan bimbingan.

Percakapan seputar kompetisi meluas ke luar dinding Hari Demo melalui liputan pers dan keterlibatan media sosial. Kami memutuskan ini adalah momen yang tepat bagi Citi untuk meluncurkan cara lain

untuk terlibat dengan komunitas pengembang , melalui Citi FinTech Meetups. Pada bulan Desember 2014, kami mengumumkan inaugurasi Citi FinTech Meetup di Miami, yang berfokus pada signifikansi kota sebagai pusat teknologi resmi yang menghubungkan Amerika. Tujuan program ini adalah untuk mendorongnya memberdayakan dan melibatkan ekosistem pengembang lokal yang berkembang pesat , memperdalam hubungan dengan para pemikir terbaik, dan mendorong kemajuan digital di industri. Kami terus mengadakan Pertemuan rutin di Miami dan menunggu untuk memperluas ke pasar baru. Tahap berikutnya dari Citi Mobile Challenge world tour adalah Eropa, Timur Tengah , dan Afrika (EMEA) pada musim semi tahun 2015. Kami memperluas cakupan program untuk mencakup lebih banyak negara dari sebelumnya dan menambahkan elemen baru ke pengembang manfaat. Sponsor utama dibentuk dengan perusahaan termasuk IBM, MasterCard, dan Uber, yang menghasilkan lebih banyak API untuk digunakan pengembang dan serangkaian webinar untuk membantu peserta meningkatkan solusi mereka sebelum acara Hari Demo di Nairobi, Yerusalem, Warsawa, dan London. Pejabat pemerintah daerah bergabung dengan kami sebagai rekan tamu dan juri kami termasuk eksekutif dari perusahaan yang bekerja sama dan bahkan beberapa alumni dari Challenges sebelumnya. Pengembang s di EMEA sepenuhnya konsep ulang apa FinTech dan seberapa jauh itu bisa pergi, membantu untuk membuat perbankan lebih personal dan terhubung. Pengalaman kami di kawasan ini telah memperkuat pemikiran kami tentang apa yang dapat dicapai program ini dan potensi besar inovasi dari luar.

Apa berikutnya?

Saat kami mengalihkan perhatian kami ke wilayah lain di dunia, tim Citi Mobile Challenge bersemangat untuk melanjutkan perjalanan kami, membangun komunitas kami, dan menemukan aplikasi baru untuk FinTech. Inovasi terbaik dan hasil percontohan dari Citi Mobile Challenge hanyalah puncak gunung es. Kami sangat beruntung dapat bekerja dengan para pemimpin pemikiran di seluruh komunitas FinTech dan memperdalam hubungan dengan banyak klien kami, perusahaan yang berkolaborasi , dan kolega. Bertemu dan bekerja dengan para pengembang ini benar-benar menginspirasi dan tanggapan dari kolega kita di Citi sangat bersemangat. Melihat portofolio produk kami hari ini, jelas Citi Mobile Challenge telah mempercepat inovasi luar-dalam. Kami berkomitmen untuk mengembangkan program, serta menambahkan elemen baru untuk menjadikan pengalaman lebih berharga bagi pengembang, Citi, dan industri perbankan keseluruhan. Sepertinya , program ini adalah langkah Citi berikutnya dalam inovasi FinTech dan akan menghubungkan para pemain di semua tingkat ekosistem keuangan saat mereka berusaha untuk menata ulang perbankan digital dan meningkatkan pengalaman keuangan.

3.5

Kisah Sukses Membangun Fintech Untuk Membeli Bank

Dima Djani, CEO ALAMI, perusahaan rintisan berbasis teknologi (startup) financial technology (Fintech) kian sukses dalam menjalani bisnisnya bisa keuangan. Setelah berhasil membesarkan ALAMI Tekfin berbasis syariah menjadi salah satu Fintech syariah terkemuka di Indonesia, kini membeli bank untuk semakin mendalami dunia keuangan syariah.

Dalam keterangan tertulis yang diterima infobrand.id, Senin (17/5/2021) Dima mengungkapkan, aksi pembelian bank tersebut merupakan panggilan hati, setelah menduduki posisi Vice President di sebuah entitas investment banking global bernama Societe Generale. Posisinya tersebut menurutnya telah membuatnya semakin tertarik dengan bidang keuangan syariah.

Karena itu, kata Dima tidak berpikir panjang lagi, begitu mendapat kesempatan mendirikan entitas keuangan syariah. Setelah melalui berbagai pertimbangan dan proses yang matang, dia pun mengambil langkah besar dengan mendirikan suatu startup teknologi di bidang keuangan syariah, ALAMI, bersama Bembi Juniar dan Harza Sandityo pada awal 2018 lalu.

“Di ALAMI kami menyebutnya hijrah finansial. Mengikuti kata hati bukan berarti tidak ada masalah dalam perjalanannya, tetapi rintangan bisa kami lalui karena memiliki kecintaan yang besar dalam menjalaninya,” ujar Dima.

Dima menyadari ketertarikannya terhadap prinsip ekonomi syariah bukanlah hal yang datang begitu saja. Hal ini didapat sejak dirinya masih “nyantri” di Islamic boarding school Al-Kausar, Sukabumi. Meski terdengar klise, baginya prinsip ekonomi syariah tidaklah hanya sekedar bisnis mencari keuntungan semata, tapi juga mengandung nilai-nilai kebaikan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Di umurnya yang mendekati empat tahun, ALAMI telah menjelma menjadi salah satu fintek peer to peer lending syariah terdepan di Indonesia. Bahkan, dalam periode tahun kedua pandemi COVID-19 yang menyentuh hampir semua sektor bisnis, kinerja ALAMI justru melaju kian cepat. Saat ini, kenaikan pendana ALAMI tumbuh 1.000% dibanding kuartal I 2020. Pada kuartal I tahun 2021, ALAMI juga mencatat penyaluran pendanaan sebesar Rp 200 miliar.

Penyaluran pinjaman pun diikuti dengan kualitas rasio kredit macet atau (non performing financing) NPF yang saat ini masih 0%. Selain berfokus menjamin adanya penyaluran kredit, ALAMI juga fokus berkolaborasi memperlebar jangkauannya dengan kolaborasi strategis bersama startup seperti eFishery (sektor perikanan/kelautan) dan BukaPengadaan dari Bukalapak (sektor e-procurement). Tidak lupa, untuk memperkuat barisan institutional funders, ALAMI kini sudah bekerja sama dengan Bank Mandiri Syariah dan Bank BRI Syariah yang kini sudah menjadi Bank Syariah Indonesia, serta BPR Syariah dan tujuh (7) BPR lainnya.

“Masih banyak peluang potensial yang bisa kami eksplorasi, khususnya di sektor BPR/S di daerah. Kunjungan kami terbaru ke Sragen menunjukkan BPR Syariah punya potensi untuk lebih berkembang mengingat jumlah UMKM dari berbagai sektor yang terus naik,” kata Dima.

Langkah ekspansi ALAMI akan makin masif tahun ini. Sebab, belum lama ini grup ALAMI sudah merampungkan proses akuisisi terhadap sebuah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang berlokasi di Jakarta. Dima mengatakan, rencananya perusahaan akan memoles BPRS tersebut dengan penerapan teknologi untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan profesionalisme layanannya agar tetap bisa bersaing di tengah disrupsi lembaga keuangan digital yang sudah terjadi sejak beberapa tahun lalu. Dima menyebut, proses akuisisi dan penambahan modal akan dilakukan secara bertahap, dan saat ini nilainya sudah mencapai lebih dari Rp 50 miliar.

“Memang jika kebanyakan bank yang mengakuisisi fintek, kami justru lakukan hal sebaliknya. Tapi bagi saya, langkah akuisisi ini bukan latah, tetapi dilakukan untuk turut memajukan industri keuangan syariah di Indonesia. Sekaligus mewujudkan amanah pemerintah agar keuangan syariah lebih mengambil peran dalam inklusi keuangan di Indonesia,” ujar Dima.

Selain dorongan dan dukungan dari pemerintah, inovasi produk, ekspansi, hingga kolaborasi antar institusi keuangan yang dilakukan oleh para fintek syariah seperti yang dilakukan ALAMI diyakini menjadi salah satu kunci kemajuan industri syariah Indonesia. Direktur Eksekutif Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia Anwar Bashori mengatakan untuk memajukan industri syariah, adanya ketersediaan pendanaan dari industri keuangan syariah menjadi hal yang esensial untuk dipenuhi.

Jaminan pasokan pendanaan dari lembaga keuangan tersebut, kata Anwar, akan menggairahkan sektor usaha riil berbasis syariah yang potensinya cukup besar seperti industri makanan, pertanian, hingga pariwisata ramah muslim. Kuncinya ada pada penyalurannya ke sektor riil, karena akan percuma kalau hanya mengendap begitu saja, Tren pembiayaan syariah juga sangat positif dengan pertumbuhan 8% di saat pandemi seperti ini.

“Syariah harus jadi pilihan rasional buat semua orang dan bukan pilihan suatu agama tertentu saja. Artinya harus efisien dan mengikuti kemajuan zaman” ujar Anwar. Adapun tren sektor yang menunjukkan resiliensi tinggi di tengah pandemi antara lain industri pertanian dan makanan halal. Menurutnya, fenomena tersebut sudah membuktikan jika industri keuangan syariah memiliki potensi besar untuk semakin bertumbuh lebih pesat lagi. Dari catatan Bank Indonesia, pertumbuhan industri ekonomi syariah Indonesia terus meningkat trennya. Posisi industri syariah Indonesia hanya peringkat 11 dunia pada tahun 2016, meningkat di posisi empat dunia pada tahun 2020.

Menanggapi hal tersebut, Dima turut mengapresiasi atmosfer positif untuk mendukung dan bekerja sama yang ditunjukkan oleh regulator seperti OJK dan Bank Indonesia. Dia juga sepakat, selain penerapan teknologi di industri keuangan syariah, juga tetap perlu memupuk kepercayaan masyarakat dengan menerapkan profesionalisme yang tinggi.

Bab 9

Mata Uang Kripto dan Blockchain

Pendahuluan

Konsep awal mata uang kripto muncul pada tahun 1980-an, merujuk Moneycrashers. Ketika itu, seorang ilmuwan komputer dan matematikawan Amerika bernama David Chaum menemukan algoritma khusus yang kemudian menjadi dasar dari enkripsi website modern dan transfer mata uang elektronik saat ini. Chaum kemudian mengembangkan penemuannya hingga periode 1990-an dan melahirkan mata uang digital yang bernama DigiCash. Namun sayang, inovasinya ini gagal berkembang. Meski begitu penemuan David ini memiliki peran penting dalam pengembangan mata uang kripto selanjutnya.

Belasan tahun kemudian, seorang insinyur perangkat lunak andal bernama Wei Dai menciptakan b-money. Melansir The Balance, B-money memiliki konsep dan sistem yang lebih modern dan kompleks dari DigiCash.

Bagian ini berfokus pada mata uang digital dan berbagai aplikasi blockchain. Sampai saat ini, bentuk nyata terpenting dari teknologi blockchain adalah Bitcoin. Apa yang terjadi selanjutnya? Apa saja aplikasi alternatif dari teknologi blockchain yang mendasari layanan keuangan?

Sebagian besar aplikasi Bitcoin 2.0 masih dalam tahap muncul, tetapi mereka berjanji untuk meningkatkan arsitektur industri berbasis transaksi. Penulis di bagian ini membayangkan beberapa kategori teknologi blockchain yang akan berdampak pada industri keuangan: mata uang digital, pendaftar aset, tumpukan aplikasi, dan teknologi aset-sentris.

Mata Uang Kripto Merambah Dunia Keuangan Digital

Hanya dalam dua tahun yang singkat, mata uang kripto telah berkembang dari proyek hobi menjadi industri keuangan digital global bernilai miliaran dolar. Dengan alternatif baru yang bersaing dan teknologi yang maju melampaui pembayaran berbasis mata uang sederhana, ke semua jenis pertukaran nilai, instrumen keuangan, kontrak pintar, dan buku besar terdistribusi berbasis blockchain, semua orang menyadari fakta bahwa bitcoin hanyalah permulaan.

Tiba tepat pada waktunya untuk konvergensi besar pembayaran seluler, perbankan tanpa cabang digital, dan pertukaran nilai digital, bitcoin, mata uang alternatif, dan inovasi keuangan digital menjanjikan gangguan besar pada keuangan global. Awalnya teknologi pencilan, bisnis bitcoin, dan aplikasi uang digitalnya yang lebih luas, kini telah menarik perhatian semua lembaga keuangan besar, teknologi konsumen, dan regulator di seluruh dunia. Kami akan mengeksplorasi ketegangan antara desentralisasi versus permainan "saluran baru ke pasar" dari berbagai petahana.

Proposisi bitcoin: Dalam makalah seminalnya "Sistem uang elektronik peer-to-peer" tertanggal November 2008, Satoshi Nakamoto membayangkan bahwa "Versi tunai elektronik murni peerto-peer akan memungkinkan pembayaran hanya dikirim langsung dari satu pihak ke yang lain tanpa melalui lembaga keuangan. "Dari premis sederhana ini, fenomena bitcoin telah berkembang dalam cakupan (2 juta lebih pengguna saat ini diproyeksikan tumbuh hingga 5 m menurut penelitian Juniper) dan ukuran (kapitalisasi pasar \$ 3,7 miliar pada awal Juli 2015) untuk menarik perhatian berita utama media di seluruh dunia berkat bencana MtGox dan Silk Road yang terkenal itu.

Bankir dan regulator masih mengutip dua fakta ini sebagai alasan spesifik bahwa mereka tidak "mempercayai" bitcoin, membingungkan malpraktek bisnis dengan aplikasi sah dari inovasi keuangan yang sangat mengganggu. Tetapi yang tidak dapat dihentikan adalah konvergensi dua sektor FinTech utama dengan bitcoin dan mata uang digital yang lebih baru serta teknologi berbasis blok kchain - persimpangan di mana Perbankan Digital dan tindakan Trans Seluler bertemu dengan Protokol Cryptocurrency. Apakah ini konveksi alami atau benturan? Apa implikasi, peluang, dan tantangan bagi start-up FinTech, wirausahawan, investor, dan pemain lama yang sudah mapan?

Internet Uang: Model Bisnis Baru yang Radikal

Pendorong utama FinTech yang sedang berkembang dan inovasi mata uang digital adalah menyediakan layanan yang aman, tanpa gesekan, dan selalu bebas, secara real time, di mana saja. Efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi ini saja sudah cukup menjadi insentif bagi setiap penyedia layanan keuangan tradisional untuk duduk dan memperhatikan, sementara wirausahawan di ruang mata uang kripto telah menarik lebih dari \$ 1,5 miliar dalam investasi, dengan sektor FinTech yang lebih luas memproyeksikan \$ 22 miliar pada tahun 2015.

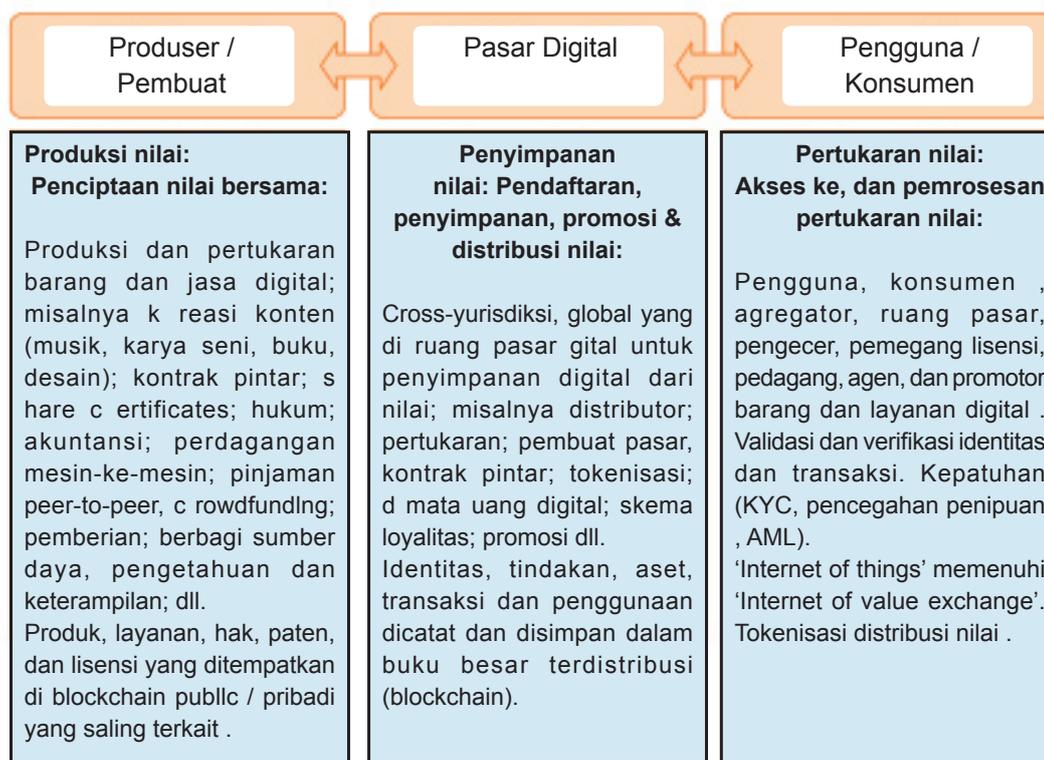
Apa yang akan mendorong adopsi teknologi yang tumpang tindih dan efisiensi serta peluang bisnis yang mengganggu ? Laporan Forum Ekonomi Dunia 2015 tentang "Masa Depan Layanan Keuangan"

menyoroti bahwa pemain lama kemungkinan besar akan diserang ketika sumber gesekan pelanggan terbesar bertemu dengan kumpulan laba terbesar.

Pelanggan, konsumen, dan pengguna menjadi rekan pencipta nilai yang baru. Ini membutuhkan sistem transfer nilai yang mengulang setiap kontribusi secara bertahap dan langsung, terlepas dari jenis layanan atau barang yang ditawarkan di mana pun di dunia secara waktu nyata.

Manajemen Aset Digital dan Pertukaran Nilai

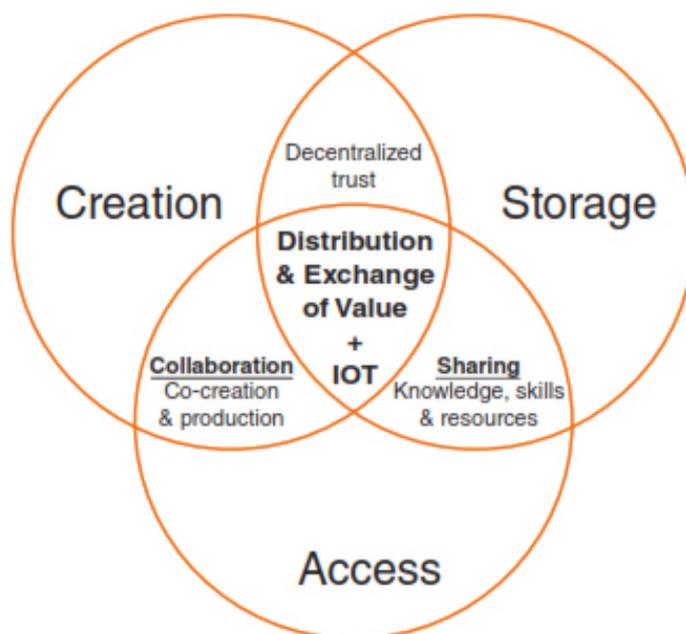
Manajemen aset digital dan pertukaran nilai dengan cepat menjadi ruang pasar virtual di mana organisasi dan komunitas yang didistribusikan secara global terhubung ke barter, pertukaran, bertransaksi, menetap, dan berinteraksi di sekitar berbagai mode pertukaran nilai digital. Sektor-sektor utama ekonomi digital akan berpartisipasi dalam ruang pasar digitaekonomi tertutup atau terbuka yang difasilitasi oleh aplikasi buku besar terdistribusi yang aman. Seiring ekonomi digital menjadi global dan meluas, area fokus utama adalah manajemen aset digital dan pertukaran nilai; distribusi dan logistik; Internet of Things (IOT); Data Mesin-ke-Mesin (M2M); didistribusikan, pembayaran online dan seluler; dan pengiriman uang global dan penyelesaian melalui kontrak pintar.



Gambar: Manajemen aset digital dan pertukaran nilai

Sektor-sektor utama yang akan ditangani oleh buku besar ledger (blockchain) dan tokenisasi terkait (mata uang digital) ditambah aplikasi kontrak pintar adalah:

- Verifikasi pemerintah-ke-pemerintah (G2G) dan validasi aset dan data yang terkait dengan keuangan, bantuan pembangunan, daftar aset, perpajakan, bea untuk menemukan pencucian uang dan untuk memantau sanksi dan perjanjian perdagangan.
- Pelacakan informasi pemerintah-ke-bisnis dan bisnis-ke- pemerintah (G2B2G), audit, perpajakan, valuta asing, pengiriman uang, dan pemantauan perdagangan luar negeri secara historis menantang. Bank terutama telah diperiksa dengan cermat dan telah menerima denda besar jika tidak mematuhi atau tidak memantau aktivitas agen asing, pelanggan, dan kantor cabang dengan baik.
- Layanan Pemerintah-ke-warga (G2C2G) mencakup setiap aspek layanan kepada warga negara seperti pendaftaran, perpajakan, penerbitan paspor, pemungutan suara, dan keterlibatan warga dengan lembaga pemerintah di setiap tingkatan. Sistem yang sangat berbeda tidak dapat mengatasi permintaan dan banyaknya duplikat catatan publik, menciptakan silo dan banyak titik kegagalan yang terbuka untuk peretasan, risiko identitas pribadi, dan penipuan.
- Business-to-business (B2B) mencakup aspek perdagangan dan permukiman antar bisnis , manufaktur dan distribusi, logistik, manajemen rantai pasokan , hingga hak digital dan layanan online.
- Bisnis-ke-konsumen interaktif (B2C2B) dalam ritel fisik dan online dan layanan, yang terkait dengan media sosial akan semakin menjadi penggerak ekonomi nasional dan global. Bisnis pada gilirannya akan meningkatkan basis data konsumen dan pelacakan kinerja untuk merampingkan layanan mereka dan memberikan nilai dalam skala besar.
- Keterlibatan ekonomi warga-ke-warga (C2C) akan semakin terwujud dalam ekonomi bersama dan digital dengan crowdfunding, pinjaman peer-to-peer, perdagangan informal, barter, dan pertukaran sebagai pendorong.



Gambar: Penciptaan nilai dan pertukaran dalam ekonomi digital + Internet of Things

Konvergensi Platform Keuangan Digital Hibrid

Keuangan digital akan dibedakan dari perbankan yang menggunakan sistem lama dan warisan sistem keuangan tradisional melalui konvergensi perbankan digital, pertukaran nilai online, dan aplikasi mata uang kripto dalam berbagai bentuk yang sesuai dengan yurisdiksi yang berbeda, evolusi pasar, dan kebutuhan yang berbeda dari yang membelok versus yang disebut 'underbanked' (diperkirakan 2 milyar) di seluruh dunia.

Ada semakin banyak diskusi tentang "Internet of Money", bersama dengan "Internet of Value" (pertukaran) dan "Internet of Things" dan pemahaman yang lebih besar tentang peluang dalam layanan keuangan digital dan pengembangan infrastruktur terdistribusi.

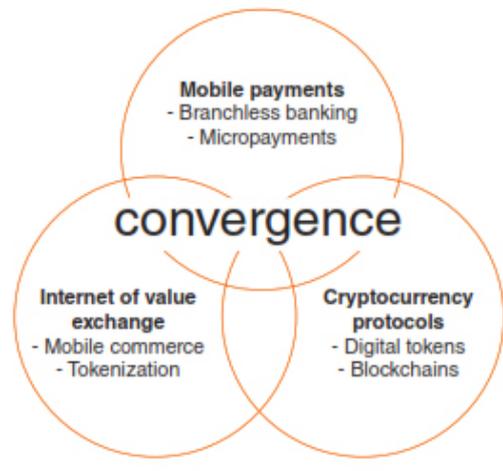
Lanskap keuangan digital berkembang untuk mengatasi peluang ini, menciptakan konvergensi dan integrasi seluruh sistem yang besar, dan juga pemain khusus. Pada akhirnya, pengguna/konsumen dari semua penawaran ini akan memutuskan variasi mana yang paling sesuai untuk mereka berdasarkan kemudahan penggunaan, akses, stabilitas, penyimpanan nilai, keamanan, pengurangan gesekan, kemampuan tukar, transferabilitas, dll. – pada akhirnya yang terbaik pengalaman pengguna (UX) untuk uang.

Platform pengiriman dari setiap sektor industri akan bersaing untuk mendapatkan saham dalam bisnis yang menguntungkan dan penting ini – dari yang disebut over- hingga bagian dunia yang tidak memiliki rekening bank. Tidak diragukan lagi bahwa sistem keuangan dunia membutuhkan perbaikan, atau setidaknya alternatif yang baik dan layak untuk penawaran berbasis sistem warisan saat ini dan inovasi terbaru yang muncul melalui perbankan tanpa cabang dan transaksi/pembayaran seluler. Ada kemungkinan besar bahwa bitcoin itu sendiri dapat menjadi dis-intermediasi, karena teknologi mata uang kripto, proses bisnis, dan mata uang serta protokol alternatif muncul atau diadopsi oleh pemain lama dan baru di sektor FinTech, mata uang digital, dan pembayaran seluler.

Apa yang tersirat di sini adalah “hibridisasi” teknologi keuangan digital dan kombinasi platform dan saluran pengiriman yang terdesentralisasi dan terpusat. Ada sejumlah alasan mengapa ekonomi ganda ini kemungkinan akan muncul, termasuk kemudahan mata uang digital yang dapat menyatukan konsumen dan pedagang global: biaya pembayaran mata uang digital yang rendah, keterbukaan konsumen terhadap inovasi baru, dan pengaruh yang semakin besar dari perusahaan teknologi menurut Gareth Murphy, direktur pasar untuk Bank Sentral Irlandia berbicara di BitFin 2014, Digital Money and the Future of Finance Conference di Dublin.

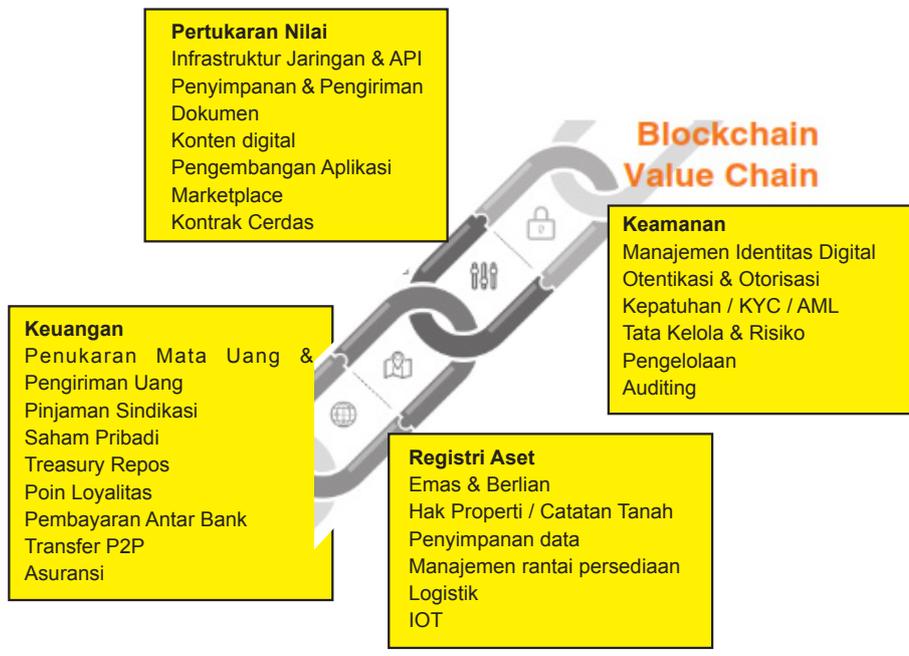
Dia membayangkan masa depan Bitcoin-Fiat hybrid di mana “Keberadaan ‘ekonomi berdenominasi euro’ dan ‘ekonomi mata uang virtual’ meningkatkan prospek neraca pembayaran internal antara dua sub-ekonomi di mana pemasok mungkin lebih memilih satu mata uang daripada lainnya sebagai alat pembayaran (untuk barang dan jasa yang berbeda).”

Dia melanjutkan: “Ekonomi multi-mata uang bukanlah hal yang aneh. Misalnya, dolar AS diterima di banyak negara bersamaan dengan tender resmi setempat. Selain itu, ada sejumlah mata uang regional yang ada di berbagai belahan dunia yang bertujuan untuk mendorong transaksi barang dan jasa lokal.”



Gambar: Konvergensi *FinTech*

Satu area konvergensi yang disorot oleh firma modal ventura jangka panjang Kleiner Perkins Caufield & Byers (KPCB), setelah mengumumkan dana investasi blockchain mereka, adalah adopsi pengembang yang cepat dari teknologi dengan kemampuan fundamental baru dan aplikasi tangkas yang diaktifkan yang dipimpin oleh blockchain. Antarmuka skrip blockchain yang diizinkan atau tanpa izin (misalnya bitcoin) memberi pengembang kemampuan untuk memprogram kontrak terdistribusi di atas bitcoin dan jaringan blockchain yang bersaing. Mereka menyoroti kemampuan untuk membuat kontrak yang dapat diprogram, yang memungkinkan pengembang untuk mengelola pertukaran nilai secara terprogram dengan tingkat kontrol yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang akan menyederhanakan dan meminimalkan kepercayaan yang diperlukan dalam banyak transaksi umum yang dilakukan saat ini.. Mereka menyoroti kasus penggunaan yang muncul di sekitar jenis kontrak standar, seperti saluran pembayaran mikro, yang menunjukkan berbagai aplikasi yang sekarang mungkin, seperti dompet seluler, pemberian hadiah, dan pertukaran nilai media sosial.



Gambar: Rantai *nilai*

Mata Uang Digital dan Transaksi Seluler

Branchless banking adalah strategi saluran distribusi utama yang digunakan untuk memberikan layanan keuangan tanpa bergantung pada cabang bank dan juga digunakan sebagai strategi saluran terpisah yang sepenuhnya mengabaikan cabang bank. Bahkan mengesampingkan ini adalah fakta bahwa mayoritas pelanggan sekarang lebih memilih perbankan online atau seluler.

Akses internet (semua perangkat, tetapi terutama seluler) dengan mengutamakan pelanggan, keterjangkauan harga, kemudahan penggunaan, dan akses aman yang terjangkau di mana saja, terutama di tempat penjualan, menjadi pendorong utama.

- Seluler adalah pendorong utama perubahan teknologi pembayaran - khususnya pasar pengiriman uang dan transfer uang. Hampir sebagian besar dari semua penjualan online sekarang dilakukan melalui perangkat seluler (IMRG Capgemini)
- “Model bisnis, teknologi, dan perilaku konsumen berubah. Pembayaran elektronik, perdagangan digital, analitik prediktif, dan mobilitas bertemu, bersama dengan pemasaran kontekstual, iklan digital, kupon, loyalitas, dan media sosial. Peluang untuk memungkinkan pengalaman perdagangan baru yang luas bagi konsumen dan interaksi yang lebih bermakna antara merek, pedagang, dan pelanggan mereka tidak terbatas”(Paul Galant, VeriFone).
- Penggunaan perangkat smartphone dan penetrasi ponsel secara dramatis di pasar negara berkembang (bukan hanya “yang tidak memiliki rekening bank”). 67% orang di planet ini sekarang memiliki ponsel yang melakukan sekitar 300 miliar transaksi senilai \$ 860 miliar. Sudah ada 1 miliar pengguna mobile banking (revolusi Perdagangan Seluler).

M-Pesa - Contoh FinTech + Pedagang Mata Uang Digital dan Adopsi Konsumen Terintegrasi

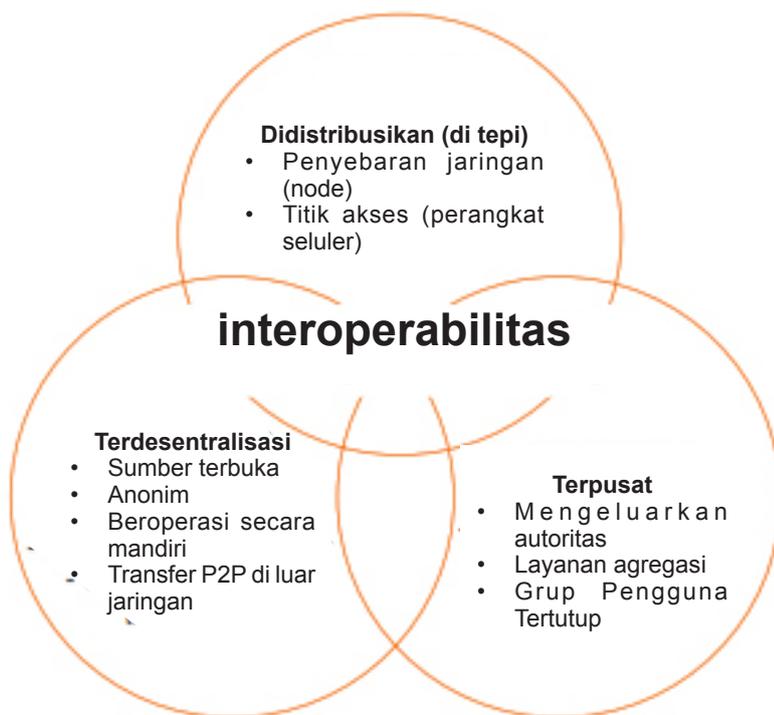
Contoh utama, dan studi kasus yang bagus untuk adopsi transaksi digital alternatif, adalah kisah sukses pasar berkembang di Kenya, yaitu M-Pesa.

Ini pada awalnya dirancang oleh Safaricom (Vodafone) sebagai sistem yang memungkinkan pembayaran pinjaman mikro dilakukan melalui telepon, mengurangi biaya yang terkait dengan penanganan uang tunai dan dengan demikian memungkinkan tingkat suku bunga yang lebih rendah. Setelah Anda mendaftar, Anda membayar uang ke sistem dengan memberikan uang tunai kepada salah satu dari 40.000 agen (biasanya pedagang kaki lima atau toko sudut yang menjual airtime). Sejak saat itu, skema ini diperluas menjadi skema transfer uang umum - pinjaman dan produk tabungan, pembayaran tagihan dan gaji, dll. Setelah menetapkan sebuah basis pengguna awal, M-Pesa kemudian manfaat dari efek jaringan: semakin banyak orang yang menggunakannya, semakin masuk akal bagi orang lain untuk mendaftar untuk itu.

Interoperabilitas - Tantangan Integrasi (dan Peluang)

Tantangannya adalah bahwa teknologi keuangan yang sedang berkembang tidak mempercayai atau memiliki akses ke lembaga dan layanan keuangan yang mapan, sementara yang terakhir pada gilirannya tidak mempercayai atau memiliki akses ke teknologi yang sedang berkembang. Namun demikian, kedua dunia sudah menjajaki kemitraan dan hubungan strategis dan segera kita akan

melihat konvergensi berskala besar dan penyatuan penawaran keuangan digital lama dan yang baru serta platform pengiriman. “Bukti konsep” berbasis blockchain bermunculan di mana-mana. Bayangkan terpusat bertemu cloud, saya ets solusi terdistribusi. Di sinilah letak keunggulan kompetitif dan inovasi sejati bagi para pelaku keuangan digital.



Gambar: Tantangan *penerapan terdistribusi*

Mata uang digital masa depan mungkin memiliki banyak bentuk dan jenisnya. Ini akan meruntuhkan penghalang dan meningkatkan akses ke audiens yang semakin banyak di seluruh geografi, dengan berbagai tingkat inco saya. Inovasi mata uang kripto yang diprakarsai oleh protokol bitcoin dan perkembangan selanjutnya telah membuka berbagai aplikasi dan solusi potensial untuk ekonomi globalisasi yang semakin meningkat, mengundang eksplorasi lebih lanjut. Model dan teknologi keuangan digital yang berkembang untuk inklusi keuangan dapat berdampak positif bagi mereka yang “tidak memiliki rekening bank” atau dikecualikan, menciptakan akses yang lebih besar, kesetaraan, dan efisiensi di pasar yang sudah mapan, dan memberikan masa depan keuangan digital yang “fleksibel, tidak kaku, dan hampir gratis “Untuk semua.

Mata uang digital masa depan mungkin memiliki banyak bentuk . Ini akan meruntuhkan penghalang dan meningkatkan akses ke audiens yang semakin banyak di seluruh geografi, dengan berbagai tingkat inco saya. Inovasi mata uang kripto yang diprakarsai oleh protokol bitcoin dan perkembangan selanjutnya telah membuka berbagai aplikasi dan solusi potensial untuk ekonomi globalisasi yang semakin meningkat, mengundang eksplorasi lebih lanjut. Model dan teknologi keuangan digital yang muncul untuk inklusi keuangan dapat berdampak positif bagi mereka yang “tidak memiliki rekening bank” atau dikecualikan, menciptakan akses yang lebih besar, kesetaraan, dan efisiensi di pasar yang sudah mapan, dan memberikan masa depan keuangan digital yang “mudah berubah, tanpa gesekan, dan hampir gratis ”untuk semua.

Gagasan tentang bentuk uang yang sepenuhnya digital telah menangkap keingintahuan para ekonom, ilmuwan komputer, dan filsuf sejak komputer masih muda. Namun, selalu ada masalah yang mengganggu bahwa mata uang yang seluruhnya terdiri dari satu dan nol dapat disalin berulang kali, dengan cara yang sama seperti satu dan nol memungkinkan untuk duplikasi audio terbatas dalam bentuk cakram padat. Apa gunanya uang yang bisa dipalsukan sesuka hati? Solusinya, yang melahirkan bitcoin dan berbagai mata uang digital anak perempuannya, adalah perkawinan kriptografi dan jaringan yang terdesentralisasi. Kedua teknologi tersebut telah ada secara terpisah: kriptografi, penggunaan penuh dalam penyandian pesan email, informasi sensitif dan file digital; desentralisasi, jaringan terdistribusi dengan ARPANET melahirkan internet.

Cara Kerja Mata Uang Digital

Pada tahun 2009, Satoshi Nakamoto memuaskan keinginan lama para ekonom, ilmuwan komputer, dan filsuf dengan penciptaan Bitcoin. Sistem bergantung pada jaringan peserta yang berbeda, masing-masing pada dasarnya mencoba memecahkan pesan terenkripsi. Alih-alih simpul jaringan bekerja untuk bekerja sama, Nakamoto menempatkan mereka dalam persaingan satu sama lain untuk memecahkan teka-teki ini dengan yang pertama melakukannya memenangkan hadiah: satu blok bitcoin yang baru dicetak. Ini dikenal sebagai "penambangan" untuk bitcoin. Lebih jauh, sistem itu terprogram dengan aturan tertentu di awal: blok baru akan ditemukan rata-rata sekali setiap sepuluh menit; jika lebih banyak peserta yang mengikuti kompetisi dan waktu untuk memecahkan teka-teki menyusut menjadi delapan atau sembilan menit, kesulitan teka-teki akan meningkat untuk menetapkan kembali waktu target tersebut.

Mari kita ambil roda roulette di kasino sebagai analogi untuk penambangan bitcoin, di mana hadiah untuk mendarat di nol ganda adalah satu blok bitcoin. Ada 36 angka di roda, ditambah slot nol dan nol ganda. Kemungkinan bola mendarat di double-zero adalah satu dari 38. Pemilik kasino tahu bahwa 38 permainan roulette dapat dimainkan dalam interval 10 menit, dan ingin memastikan bahwa hanya ada satu pemenang per interval yang diberikan. Sebagai aturan terakhir, dalam contoh hipotesis kami, hanya satu pemain yang dapat duduk di satu meja roulette pada satu waktu.

Pemain kedua memasuki kasino dan duduk di meja roulette kedua. Pemilik kasino kesal melihat bahwa dua kali lebih banyak permainan dapat dimainkan dalam periode tertentu, dan faktanya dia sekarang membayar dua pemenang setiap 10 menit. Pemilik kasino mengembalikan interval pembayaran targetnya dengan meningkatkan jumlah slot di setiap meja roulette. Ketika orang ketiga, keempat, kesepuluh, keseratus, dll. berjalan di kasino untuk bermain di meja roulette pribadi mereka, pemilik kasino harus terus meningkatkan ukuran roda.

Penting untuk diingat bahwa setiap putaran roda roulette adalah percobaan independen: peluang bola mendarat di nomor hitam tidak meningkat hanya karena serangkaian nomor merah telah terjadi. Penambangan Bitcoin, dan analogi ukuran roda roulette kami yang meningkat, juga merupakan serangkaian uji coba independen yang dilakukan bersama-sama oleh pemain yang bersaing. Keberuntungan dapat menghasilkan dua pemenang berturut-turut, meskipun peluangnya meningkat menjadi satu dari 38.000, bukan 38. Tapi seperti halnya koin yang dilempar berulang-ulang, rata-rata

jangka panjang akan kembali ke rata-rata yang diharapkan, dan pemilik kasino kami – dan penambang bitcoin – selalu dapat mengharapkan pembayaran setiap 10 menit sekali..

Penambangan Bitcoin memiliki tujuan ganda; ini bukan hanya metode memperkenalkan bitcoin yang baru dibuat. Lebih penting lagi, ini berfungsi untuk memvalidasi dan mengonfirmasi setiap transaksi di jaringan, menciptakan struktur data anti-rusak yang mendasari sistem yang dikenal sebagai blockchain. Blockchain pada dasarnya adalah buku besar publik yang dimiliki oleh setiap orang yang menambang bitcoin. Setiap kali ada pemenang, setiap salinan blockchain diperbarui dan semua transaksi yang telah terjadi di antara pemenang ini dan yang terakhir dicatat secara tak terhapuskan ke dalamnya. Sekali lagi, pertimbangkan roda roulette. Tidak hanya ada orang yang memainkan permainan roulette secara simultan, tetapi ada juga non-pemain yang hanya mengambil taruhan sampingan dalam aksi tersebut. Hanya ketika ada nol ganda transaksi taruhan sampingan tersebut akan dikonfirmasi.

Bitcoin bekerja dengan cara yang hampir sama: para penambang bersaing satu sama lain untuk memecahkan teka-teki seperti yang diharapkan para pemain roulette untuk mendapatkan skor nol ganda. Karena semakin banyak penambang yang memasuki permainan, masalahnya menjadi lebih sulit untuk dipecahkan, mempertahankan interval 10 menit antara membuat bitcoin baru. Sementara itu, orang bertransaksi dengan bitcoin untuk membeli dan menjual barang dan jasa, untuk berspekulasi tentang harganya, dan untuk membayar upah. Setiap kali penambang memecahkan teka-teki, semua transaksi yang terakumulasi divalidasi dan dikonfirmasi di blockchain. Perbedaan penting antara bitcoin dan kasino kami adalah bahwa bitcoin tidak memiliki pemilik, dan tidak ada otoritas pusat untuk mengawasinya. Sebaliknya, aturan-aturan itu terprogram ke dalam kode awal dan disepakati oleh para pesertanya.

Meskipun itu semua sangat pintar, itu cukup melayani diri sendiri: penambangan bitcoin menemukan bitcoin baru dan pada saat yang sama memvalidasi dan mengonfirmasi transaksi bitcoin-bitcoin internal. Tetapi bagaimana jika mesin validasi bercap waktu yang sama dan kuat ini dapat dimanfaatkan untuk mengonfirmasi dan memverifikasi transaksi khusus non-bitcoin eksternal?

Bitcoin 2.0 dan Tren Masa Depan

Hingga saat ini, perwujudan terpenting dari teknologi blockchain adalah Bitcoin. Namun, apa pun yang membutuhkan kepercayaan atau keuntungan adalah kandidat yang baik untuk blockchain, karena penambang bitcoin akan secara naif memvalidasi dan mengonfirmasi transaksi tersebut juga - karena penambang tersebut selalu berusaha untuk menyelesaikan blok berikutnya dan mendapatkan bitcoin sebagai hadiah. Nama kepemilikan, akta, kontrak dalam segala bentuk dan ukuran, dan notaris, adalah contoh informasi yang dapat dicatat secara permanen ke dalam blockchain - dan yang dapat dengan jelas ditransfer ke pemilik berikutnya tanpa memerlukan otoritas pusat. Ini memiliki konsekuensi yang sangat besar terhadap bagaimana bisnis ditransaksikan dan dapat terbukti mengganggu segala sesuatu mulai dari hukum hingga sektor keuangan.

Memang, setelah gelombang pertama dari penggemar awal dan bitcoiners yang terlalu ideologis “dibutakan” oleh keyakinan mereka pada perpindahan cepat dolar AS dan mata uang keras lainnya, komunitas Bitcoin mulai berfokus pada aplikasi alternatif dari teknologi blockchain yang mendasarinya.

Sebagian besar aplikasi Bitcoin 2.0 ini masih dalam tahap awal, tetapi mereka berjanji untuk meningkatkan arsitektur industri berbasis transaksi. Kami membayangkan empat kategori teknologi blockchain yang akan berdampak pada industri keuangan: mata uang digital, pencatatan aset, tumpukan aplikasi, dan teknologi yang berpusat pada aset.

Mata Uang Digital

Pada saat penulisan, ada lebih dari 500 altcoin alternatif. Ini adalah mata uang digital seperti bitcoin, dengan mekanisme pasokan moneter tertentu dan jaringan transaksi. Kami melihat sekilas karakter masa depan yang dicirikan oleh penciptaan dan difusi mata uang digital berbasis komunitas yang akan digunakan dalam lingkungan tertutup sebagai alat untuk penghargaan internal, program loyalitas pelanggan, atau skema insentif dan tata kelola. Komunitas akan diorganisir melalui lembaga negara atau oleh perusahaan swasta yang akan mengeluarkan "koin" merek khusus mereka sendiri. Sudah ada formulir plat yang memungkinkan siapa saja yang memiliki pengetahuan dasar tentang pemrograman perangkat lunak untuk membuat mata uang digital mereka sendiri sesuai dengan aturan unik mereka sendiri dan batas usia kita dalam komunitas dan organisasi. Selain itu, sudah ada jaringan pembayaran seperti Ripple, yang memungkinkan berbagai mata uang digital dikirim dengan mudah antar anggota.

Dalam waktu dekat, akan ada kemungkinan bagi setiap pengguna ponsel cerdas di planet ini untuk memiliki dompet digital untuk setiap koin merek, yang dapat langsung ditukar dalam bentuk misalnya poin loyalitas, untuk altcoin lain, atau mata uang keras. Ini semua berfungsi di bawah naungan pasar global yang unik dengan mekanisme kliring terdistribusi dan terdesentralisasi. Ini akan secara besar-besaran meningkatkan efisiensi transaksi dan meningkatkan kegunaan mata uang sebagai imbalan.

Registri Aset

Aplikasi ini mengacu pada kemungkinan menghubungkan aset nyata (saham, obligasi, sertifikat, dll.) ke token digital yang kemudian dapat dipertukarkan di antara pengguna jaringan dengan secara bersamaan mentransfer kepemilikan aset yang mendasarinya. Perubahan kepemilikan secara otomatis terdaftar dan dicatat dalam buku besar umum multi aset tanpa memerlukan otoritas pusat atau lembaga mana pun untuk menyediakan layanan kliring dan penyelesaian. Untuk saat ini, teknologi masih membutuhkan penyempurnaan. Masalah kritis termasuk potensi untuk membebani blockchain dengan data eksternal tambahan (fenomena yang disebut sebagai "blockchain bloat") yang akan membutuhkan daya penambangan tambahan dan menciptakan masalah skalabilitas. Jadi, meskipun aplikasi registri aset telah digulirkan ke pasar (contohnya termasuk Mastercoin (sekarang OmniLayer), ColoredCoin, Namecoin, dan Counterparty) saat ini, industri perbankan pada umumnya tidak dapat sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi ini. Kabar baiknya adalah bahwa solusi seperti sidechains sedang diterapkan untuk memecahkan masalah mengasapi, dan dalam waktu dekat aplikasi registri aset memang akan menjadi alat umum yang digunakan oleh seluruh industri keuangan.

Tumpukan Aplikasi

Ini adalah bentuk plat berbasis blockchain "non-mata uang" yang akan digunakan untuk pengembangan dan pelaksanaan aplikasi lengkap di atas jaringan desentralisasi. Yang kami maksud dengan aplikasi lengkap adalah *Distributed Autonomous Organizations* - Organisasi Otonomi Terdistribusi (DAO). Setiap organisasi bisnis dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari sekumpulan properti dan juga sekumpulan aturan yang mengatur peran, dan interaksi di antara, individu yang menyusun organisasi.

Ide DAO mengambil konsep tradisional organisasi bisnis, mendesentralisasikannya, dan mengkodekan pembagian kerja antara agen Artificial Intelligence dan manusia di bawah kendali seperangkat aturan perusahaan yang dapat diverifikasi dan tidak dapat rusak. Dengan demikian, DAO dibentuk dengan menggunakan jaringan agen otonom terdesentralisasi, yang masing-masing melakukan fungsi produksi yang memaksimalkan keluaran sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan sebelumnya yang dapat diaudit, bersumber terbuka, dan didistribusikan di seluruh kekuatan pemrosesan pemangku kepentingan mereka (yang manusia atau bahkan DAO lainnya). DAO adalah bentuk otomasi terdesentralisasi yang paling kompleks hingga saat ini. Bentuk yang lebih sederhana dari konsep ini terdiri dari kontrak pintar, agen otonom, aplikasi desentralisasi, dan organisasi terdesentralisasi. Tumpukan aplikasi saat ini yang memungkinkan penerapan otomasi terdesentralisasi adalah NXT, Ethereum, dan Eris, yang membedakan dirinya berdasarkan fokus intinya.

Teknologi Asset-Centric

Teknologi yang berpusat pada aset didasarkan pada konsep baru dari konsensus terdistribusi yang menghilangkan sistem bukti kerja yang mahal dan boros sumber daya yang merupakan mekanisme konsensus default yang digunakan oleh Bitcoin. Stellar, Ripple, Hyperledger, dan Namecoin adalah contoh paling terkenal dari teknologi yang berpusat pada aset.

Infrastruktur buku besar yang terdesentralisasi ini memungkinkan untuk pertukaran aset nyata seperti mata uang, logam, saham, atau obligasi dan dalam beberapa kasus bahkan tanpa perlu menggunakan token digital asli seperti dalam kasus Hyperledger. Elemen yang membedakan teknologi yang berpusat pada aset ini sehubungan dengan teknologi berbasis blockchain lainnya yang dijelaskan di atas adalah fakta bahwa ini mewakili penukar terdistribusi di mana pengguna jaringan dapat bertukar di antara mereka sendiri berbagai aset nyata yang heterogen .

Kesimpulan

Mata uang peer-to-peer yang sepenuhnya digital, terdesentralisasi, sekarang menjadi kenyataan. Bitcoin telah mengantarkan era mata uang kripto, baik atau buruk. Potensi cryptocurrency untuk merevolusi uang dan mengganggu keuangan sangat besar, tetapi ini baru permulaan. Mungkin yang lebih penting adalah blockchain, struktur data buku besar terdistribusi yang diandalkan oleh mata uang kripto. Investasi modal dalam start-up terkait blockchain adalah tren baru-baru ini yang dimulai hanya pada tahun 2012; namun, sejak itu, tingkat pertumbuhan investasi tahunan, 150% dari tahun ke tahun, bahkan lebih cepat daripada dot-comboom. Aplikasi Blockchain yang mencakup sejumlah sektor berjanji untuk mengubah cara perusahaan dan orang bertransaksi, mengirim pembayaran, menandatangani kontrak, mentransfer kepemilikan barang, dan banyak lagi.

Harapannya adalah bahwa teknologi baru ini malah akan mengubah kesenjangan digital, di antara dan di dalam negara kita, menjadi peluang digital. Pengurangan biaya transaksi dan penghapusan lapisan intermediasi yang mahal – dan terkadang tidak jelas – berpotensi mendukung inklusi keuangan untuk kepentingan masyarakat. Namun, teknologi blockchain juga akan menimbulkan risiko baru bagi pengguna dan pelaku pasar serta risiko baru terhadap integritas keuangan: misalnya penipuan, pencucian uang, dan kejahatan dunia maya. Oleh karena itu, bentuk baru dari “regulasi teknologi” harus dirancang dan diterapkan untuk meningkatkan inovasi dan menjamin stabilitas pasar di area baru yang akan dipengaruhi oleh adopsi teknologi blockchain.

Bab 10

Masa Depan Fintech

Pendahuluan

Bagian penutup buku ini bertujuan untuk memetakan arah masa depan FinTech selama dekade berikutnya. Apa yang akan terjadi pada industri asuransi dan perbankan global? Akankah mereka bertahan dan bahkan mungkin berkembang dengan belajar dari program transformasi yang sukses oleh raksasa teknologi dan budaya inovasi perusahaan rintisan FinTech saat ini? Apa yang akan terjadi pada perusahaan FinTech yang mengganggu industri keuangan? Apakah mereka akan menjadi pemenang, setelah menanggapi tuntutan klien baru lebih cepat dan lebih baik daripada orang lain? Akankah layanan perbankan dan asuransi yang ada menjadi “utilitas”? Jika big data adalah keunggulan kompetitif, apakah data yang dikendalikan oleh petahana dalam organisasi mereka akan lebih berharga atau apakah itu data di luar firewall TI mereka yang dapat dianalisis oleh pengusaha FinTech menggunakan kecerdasan buatan, pembelajaran mesin, dan solusi penambangan data analitik yang mutakhir?

Semua orang setuju bahwa kolaborasi adalah kuncinya. Apakah Aplikasi Pemrograman Antarmuka (API) merupakan alat rahasia untuk mengimplementasikan kemitraan dalam praktik? Bisakah API bahkan membantu bank untuk keluar dari sistem lama mereka dan bersaing dengan kecepatan awal? Akankah kita melihat bank FinTech global muncul yang – berkat lisensi perbankan mereka sendiri – tidak akan lagi bergantung pada pemain mapan atau bergantung pada proses pengadaan yang lama? Akankah “FinTech Marketplace Banking” membalikkan rantai nilai yang ada sepenuhnya di mana pemain mapan menjadi pemasok sebenarnya bagi bank FinTech? Untuk melayani pelanggan dengan baik dalam jangka panjang, haruskah kita melupakan apa yang diminta pelanggan hari ini dan mencari tahu apa yang akan mereka minta jika mereka tahu itu mungkin? Teknologi yang mengganggu seperti seluler, blockchain, Internet of Things, dan perangkat yang dapat dikenakan memungkinkan begitu banyak layanan keuangan baru sehingga kita benar-benar hanya dibatasi oleh imajinasi kita. Untuk melihat ke masa depan, kami telah bertanya kepada berbagai kelompok penulis mulai dari pengusaha FinTech, Challenger Banks, bank mapan, perusahaan konsultan, raksasa teknologi, dan pemimpin pemikiran FinTech global tentang apa yang diharapkan dan bagaimana pemangku kepentingan dalam ekosistem FinTech dapat merespons menjamin masa depan mereka yang sukses.

Sektor jasa keuangan sedang dalam tahap awal gangguan digital. Fungsi utamanya sama seperti saat ini - orang menggunakan layanan keuangan untuk menukar uang, menabung atau berinvestasi, mendanai, atau mengasuransikan risiko. Semua layanan keuangan merupakan tanggapan terhadap empat kebutuhan dasar ini, dan ini tidak akan berubah. Namun, yang berubah adalah cara kebutuhan ini ditangani. Teknologi baru menghadirkan kenyamanan, spesifikasi, dan volume dalam jumlah yang belum pernah kita lihat sebelumnya, membuat transaksi keuangan menjadi lebih mudah, lebih murah, dan nyaman. Seperti yang dinyatakan oleh Jeff Stewart, CEO Lenddo, sebuah platform online yang menggunakan data dari media sosial dan situs lain untuk membentuk profil peminjam, menyatakan: "Layanan Keuangan dapat memiliki momen Napster-nya". FinTech memang sedang membentuk kembali industri jasa keuangan, yang pasti akan sangat berbeda di masa depan dibandingkan hari ini. Dan penetrasi perusahaan berbasis teknologi di sektor keuangan diatur lebih dalam, karena keuangan menawarkan mereka lautan peluang.

Banyak Peluang untuk FinTech: Belum Dijelajahi

Pada tahun 2020, lebih dari 1 juta transaksi pembayaran akan dilakukan setiap menit di dunia. Meskipun uang tunai masih tetap menjadi metode pembayaran utama untuk transaksi bernilai rendah, kami telah mengamati tren penurunan penggunaan selama beberapa dekade terakhir sehubungan dengan peningkatan adopsi metode pembayaran alternatif baru. Pada besar skala, pemerintah mengambil pemberitahuan dari biaya perbedaan antara kas dan non-tunai solusi: uang tunai dapat biaya hingga 1,5% dari PDB negara, yaitu sekitar lima kali lebih daripada biaya alternatif non-tunai. Volume transaksi pembayaran nontunai akan didorong oleh pertumbuhan PDB global, terutama di negara-negara SAAAME (Amerika Selatan, Afrika, Asia, dan Timur Tengah), perbaikan infrastruktur sistem pembayaran yang berkelanjutan, serta pertumbuhan e-perdagangan di tingkat global.

Faktanya, menurut eMarketer, penjualan e-commerce B2C akan mencapai US \$ 2,36 triliun pada tahun 2018, melonjak dari US \$ 1,23 triliun pada tahun 2013. Dalam hal ini, seluler merupakan kendaraan yang kuat untuk penjualan digital dan kami mengharapkan global nilai pembayaran seluler hingga meningkat menjadi US \$ 1.271,8 miliar pada tahun 2020 (dari US \$ 235,4 miliar pada tahun 2013). Di sisi lain, digitalisasi mata uang dan penerimaannya oleh pelanggan dan pedagang sedang meningkat. Mata uang Crypto seperti bitcoin, Ripple, dan ratusan teknologi kripto lainnya pasti akan mendukung digitalisasi sistem pembayaran dan ekonomi yang terhubung secara global.

Didorong oleh peningkatan kebutuhan infrastruktur dan jumlah kelas menengah yang terus bertambah, kebutuhan pembiayaan global akan melebihi tiga kali lipat PDB dunia pada tahun 2020. Sementara cara-cara pembiayaan alternatif seperti PE / VC, crowdfunding, dan P2P lending masih merupakan pasar yang kecil. hanya 0,5% dari PDB Eropa, mereka telah tumbuh dengan sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam hal ini, crowdfunding global mendapatkan momentum yang kuat pada tahun 2014, meningkat 167 % hingga mencapai US \$ 16,2 miliar, naik dari US \$ 6,1 miliar pada 2013. Mengenai pinjaman P2P, Lending Club, pemberi pinjaman pasar terbesar, mencapai lebih dari sekitar US \$ 13,4 miliar dalam penerbitan pinjaman pada akhir September 2015, dibandingkan dengan US \$ 7,6 miliar pada akhir 2014.

Asset yang dapat diinvestasikan akan mencapai US \$ 200 triliun pada tahun 2020. Kenaikan tertinggi akan datang dari orang-orang kaya dan kaya raya (HNWI). Lebih khusus lagi, aset makmur massal di wilayah SAAAME akan meningkat lebih dari dua kali lipat dari tahun 2012 hingga 2020. Pentingnya investor institusi juga meningkat dan kami mengantisipasi bahwa aset dana pensiun, perusahaan asuransi dan dana kekayaan negara (SWF) akan tercapai US \$ 100,5 triliun (CAGR 5,8% dari 2013 hingga 2020).

Peningkatan aset yang dapat diinvestasikan diterjemahkan ke dalam peningkatan permintaan untuk manajemen aset, yang seharusnya mendukung pertumbuhan solusi konsultasi keuangan otomatis. Secara global, penasihat robo secara langsung mengelola sekitar US \$ 19 miliar per Desember 2014, menurut sebuah studi oleh Corporate Insight, dan angka ini akan meningkat karena penasihat virtual menyediakan alokasi portofolio yang dipersonalisasi, desain portofolio yang sadar pajak, penyeimbangan ulang yang cerdas untuk menjaga risiko target, dan akses 24/7 dengan biaya lebih rendah daripada jenis penasihat lainnya. Pelaku pasar juga akan semakin memanfaatkan setiap informasi baru untuk pengambilan keputusan investasi, distribusi, kepatuhan, dan tujuan pelaporan.

Premi Asuransi Global Akan berjumlah US \$ 800 per kapita pada tahun 2020

14 Nilai global premi asuransi akan mencapai US \$ 6,2 tn pada tahun 2020 tumbuh pada CAGR 4,2% dari 2013 ke 2020. tertinggi pertumbuhan akan datang dari mengembangkan tanda ETS seperti Asia-Pacific, Latin Amerika, Timur Tengah, dan Afrika. Namun, Eropa dan AS akan tetap dua yang paling impor daerah tant akuntansi untuk 63% dari asuransi global yang premi tahun 2020. Peluang jangka panjang bagi perusahaan asuransi di dunia di mana orang hidup lebih lama dan memiliki lebih banyak kekayaan untuk melindungi yang jelas. Tetapi mereka juga membawa persaingan baru, baik dari dalam industri asuransi, dan banyak pendatang baru yang datang dari luar. Para pendatangnya termasuk perusahaan dari sektor jasa keuangan lain, raksasa teknologi, perusahaan perawatan kesehatan, firma modal ventura, dan perusahaan baru yang gesit.

Telematika (istilah yang mengacu pada perangkat apa pun yang menggabungkan telekomunikasi dan informatika), misalnya, menawarkan aplikasi baru untuk mengelola risiko dan meningkatkan hubungan pelanggan. Secara global, nilai asuransi telematika melonjak dari EUR 3,4 miliar pada 2009 menjadi EUR 13,5 miliar pada 2014, CAGR 31,8% selama periode tersebut.

Perusahaan asuransi Properti & Kecelakaan sangat tertarik untuk merangkul teknologi ini, yang memungkinkan mereka untuk mencocokkan premi lebih dekat dengan risiko aktual. Di sisi lain, pengemudi mendapat manfaat dari kesempatan untuk menurunkan tarif asuransi mereka dengan mengemudi lebih aman. Selain itu, pemerintah di berbagai negara telah mengumumkan rencana untuk meluncurkan mandat terkait telematika pada layanan seperti panggilan darurat dan pelacakan kendaraan curian (misalnya inisiatif eCall di UE dan undang-undang "Kotak Hitam" wajib untuk semua mobil baru di Italia).

Faktor Utama Masa Depan Fintech

Dalam lingkungan yang sangat dinamis ini, kami telah mengidentifikasi lima pengubah permainan utama (pengalaman pelanggan, koneksi Fin & Tech, monetisasi data, teknologi kripto, dan regulasi) yang akan memengaruhi perkembangan industri keuangan di masa depan, tetapi dampak definitif dari semua itu faktor tetap tidak diketahui.

Pengalaman Pelanggan (CX)

Internet, mobilitas, jejaring sosial, dan munculnya situs perbandingan harga telah mengubah permainan selama dekade terakhir dan telah menciptakan generasi pelanggan baru yang menuntut kesederhanaan, kecepatan, dan kenyamanan dalam interaksi mereka dengan penyedia keuangan dan bahkan dengan rekan-rekan mereka (misalnya model P2P). FinTech menempatkan klien di pusat model bisnisnya. Ini bergerak menuju penguatan alat front-end dan mengadopsi pendekatan multi-saluran untuk menyediakan klien dengan beberapa titik kontak dan meningkatkan pengalaman pelanggan. "Kami memahami bahwa pelanggan kami mengubah cara mereka mengonsumsi produk keuangan, dan kami fokus untuk memperkaya proposisi nilai kami kepada mereka, mencari peluang di bidang Layanan Manajemen Keuangan Pribadi (*Personal Financial Management Services /PFM*), Blockchain, perbankan berbasis API, asuransi dan banyak lagi."

Fleksibilitas yang meningkat dari arsitektur TI, jaringan terbuka, dan API memfasilitasi lingkungan layanan keuangan yang dinamis dan beragam. Hal ini menimbulkan pertanyaan kritis bagi petahana: sejauh mana mereka dapat menyesuaikan model bisnis dan infrastruktur TI mereka untuk menghadapi lanskap persaingan baru ini.

Koneksi Fin & Tech

Hubungan antara Keuangan dan Teknologi menghasilkan semangat kolaboratif di kedua sektor yang mengaburkan lini bisnis tradisional. Para ahli di sektor keuangan menghadirkan pengetahuan khusus seperti manajemen risiko, analisis keuangan, dan kepatuhan peraturan, sementara pemain TI berkontribusi dengan keahlian teknologi dan pemahaman tentang pengalaman pelanggan di era digital. "Silicon Valley akan datang [...] kami akan bekerja keras untuk membuat layanan kami mulus dan kompetitif seperti milik mereka. Dan kami juga sangat nyaman dengan kemitraan yang masuk akal. " Ke depan, pendekatan apa yang dominan untuk menggabungkan keahlian di bidang keuangan dan teknologi? Akankah pemain meningkatkan kemampuan internal sendiri, dengan melakukan outsourcing, dengan bermitra, atau dengan memperoleh saham strategis?

Monetisasi Data

Penyedia jasa keuangan duduk di atas tambang emas veri table dari data yang belum dimanfaatkan yang akan memainkan peran penting dalam pengembangan FinTech. Faktanya, kemunculan alat analisis dan teknologi komputer yang canggih dan berbiaya rendah memungkinkan perusahaan untuk menggali data besar, mengidentifikasi tren yang muncul, dan mengembangkan wawasan unik. Wawasan ini dapat diterjemahkan ke dalam keputusan bisnis yang lebih baik, lebih cepat, lebih hemat - dan dapat mendorong pengembangan produk terobosan, mengungkap pasar yang tersembunyi, dan memicu inovasi lain yang memberi perusahaan keunggulan kompetitif. Pertanyaannya adalah: akankah analisis data tidak lagi menjadi keunggulan bersama, melainkan kerugian kompetitif bagi mereka yang tidak mendukungnya? Dan yang terpenting, bagaimana lembaga keuangan dapat mengamankan privasi data klien dan memperkuat kepercayaan pada industri?

Teknologi Kripto (“Blockchain”)

Inovasi yang benar-benar mengganggu pasti akan datang dari teknologi kripto atau blockchain. Faktanya, ini tidak hanya mengubah cara kita melakukan pembayaran tetapi juga seluruh dunia perdagangan dan penyelesaian. Menurut Bank of England, teknologi bisa memiliki implikasi yang luas dan dampaknya terhadap keuangan industri bisa menjadi jauh lebih luas daripada pembayaran. “Banyak yang percaya bahwa teknologi ini dapat diadaptasi untuk mencatat dan memverifikasi transaksi keuangan, dari kliring sekuritas hingga melakukan pembayaran lintas batas.”

Yang mengatakan, apakah risiko dan ketidakpastian yang terkait dengan mata uang utama (misalnya, Anti-Pencucian Uang (Anti-Money Laundering - AML), masalah Know Your Client (KYC)) mencegah adopsi lebih lanjut dari teknologi kripto? Jika diadopsi, sejauh mana teknologi ini dapat memicu penyederhanaan proses perbankan dan struktur biaya? Terakhir, sampai sejauh mana “smart contract” yang merupakan program yang mengandung conditionality dan dapat secara otomatis melaksanakan *terms of contract* jika syaratnya terpenuhi, akan diterapkan di sektor keuangan?

Sesuaikan (dengan) Regulasi

Terakhir, masa depan FinTech akan sangat bergantung pada kapasitasnya untuk mengatasi kerangka peraturan sektor keuangan yang sangat menuntut. Di sisi lain, regulator perlu meningkatkan klarifikasi dan memastikan lapangan bermain yang selaras untuk melindungi pelanggan dan menghilangkan hambatan perkembangan pasar. Sebagai penutup, regulasi dapat menjadi katalisator untuk pengembangan FinTech atau penghambat utamanya. Perusahaan FinTech telah berhasil menembus industri jasa keuangan dengan memanfaatkan inovasi untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. FinTech sekarang memiliki potensi untuk membawa perubahan yang lebih radikal dalam industri ini dan menjadi konstituen inti dari infrastruktur dan prosesnya, sehingga meningkatkan kecepatan dan kelincahan layanan keuangan.

10.2

Masa Depan Layanan Keuangan

Alternatif pembayaran digital sangat menjamur, dompet digital hingga fintech yang berlomba-lomba menawarkan pinjaman online. Pengguna jasa fintech cepat sekali tumbuh seiring dengan gagalnya layanan perbankan yang masih dianggap ribet dan tidak luwes. Akankah perbankan bisa survive ditengah gempuran perusahaan teknologi yang memberikan layanan keuangan sejenis? Sebagaimana perusahaan raksasa Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba dan Microsoft yang saat ini memiliki layanan sejenis perbankan.

Prediksi Brett King dalam Buku BANK 4.0 bahwa ke depan bank terbesar di dunia adalah perusahaan teknologi, bukan bank itu sendiri, dan bisa jadi Ant Financial.

Pembiayaan Masa Depan

Pembiayaan pembelian rumah baru akan menjadi proses yang sangat lancar, sangat cepat, melebihi kecepatan pemrosesan saat ini lebih dari 99%. Mengikuti logika buku pesanan dari bursa saham, hipotek

akan dibuat terlihat oleh banyak pihak yang tertarik untuk mengambil posisi pinjaman di pasar (real estat) tertentu. Semua kriteria yang diperlukan oleh peminjam yang tertarik untuk menutup transaksi ditangkap oleh *Digital Financial Assistants* (DFAs) yang membandingkan berbagai penawaran yang tersedia di bursa pinjaman dengan parameter yang telah ditentukan oleh pengguna layanan ini. Arus kas yang tersedia untuk membayar hipotek, struktur pendapatan dan kekayaan yang ada, dan tujuan keuangan keseluruhan untuk investor diketahui oleh DFA yang kemudian dapat membandingkan semua penawaran yang tersedia dan melaksanakan kontrak (pintar) berdasarkan semua data yang tersedia.

Crowdlending akan menjadi saluran tambahan yang signifikan untuk mengumpulkan dan mengalokasikan arus kas yang diberikan oleh masing-masing investor kepada kumpulan crowdlending yang akan diatur oleh platform dan diasuransikan melalui pengaturan credit default swap terhadap kerugian pinjaman. Meskipun ada hambatan pada margin kotor sebagai akibat dari asuransi, crowdlending akan sangat kompetitif karena biaya teknologi yang lebih rendah untuk arus kas yang sesuai dengan analisis kualitas kredit peminjam. Setelah mencapai puncak kekecewaan pada tahun 2017, crowdlending akan berkembang menjadi struktur pembiayaan standar dengan berbagai cara tradisional dalam mengumpulkan modal.

Masa Depan Identitas

Teknologi Blockchain akan mengubah sifat transaksi keuangan karena mengarah pada perubahan mendasar dalam arsitektur keuangan global. Di mana manajemen data keuangan saat ini didorong oleh basis data rahasia di dalam lembaga keuangan yang berkomunikasi satu sama lain melalui saluran komunikasi yang aman, masa depan pemrosesan transaksi keuangan akan menjadi dunia dengan satu atau beberapa basis data aset global. Basis data ini akan menyimpan semua data keuangan pelaku pasar keuangan yang memilih untuk menggunakan mesin transaksi yang lebih murah dan mudah digunakan ini. Mengikuti logika blockchain, basis data ini akan didistribusikan ke seluruh dunia dan transaksi akan memerlukan validasi dari semua atau setidaknya mayoritas yang memenuhi syarat dari basis data ini untuk dieksekusi.

Sistem buku besar terdistribusi (*distributed ledger*) ini dirancang untuk mengurangi kemungkinan peretasan karena jumlah daya komputasi yang diperlukan untuk merusak sistem sangat besar. Namun, datang dengan harga memiliki semua data keuangan didistribusikan di seluruh bersih global kerja database yang dimiliki oleh berpotensi untuk pelaku pasar *rustworthy*. Oleh karena itu, dunia blockchain akan membutuhkan baik perantara atau penggunaan nama samaran dalam transaksi keuangan untuk menghindari pengungkapan keuangan penuh kepada dunia luar. Mengingat kebutuhan regulator untuk transparansi semacam itu, implementasi blockchain global mengamankan baik antar mediari untuk turun tangan dan mematuhi aturan KYC (serupa dengan praktik saat ini) atau mesin penerjemah yang memungkinkan regulator untuk menafsirkan entri buku besar blockchain pseudonimik melalui penggunaan database ID untuk memelihara proses AML. Kedua konsep tersebut masih ada saat ini, dan mungkin terus berlanjut di masa depan, meskipun mungkin ada sedikit preferensi untuk model perantara.

Selain itu, pengguna jasa keuangan akan memiliki opsi untuk menentukan ambang transaksional serta jenis transaksi tertentu yang memerlukan proses validasi terpisah. Ini mungkin terjadi di outlet yang dulunya merupakan cabang bank yang kini telah berubah menjadi pusat validasi ID. Di sini, identitas pelaku pasar individu akan diperiksa melalui perbandingan fitur dan token digital dan non-digital yang

dirancang untuk menghasilkan bukti identitas seseorang. Masuknya kembali elemen analog untuk (setidaknya) transaksi besar akan mengurangi kemungkinan pelanggaran keamanan di seluruh sistem dan eksploitasi yang mengancam validitas sistem keuangan secara keseluruhan.

Masa Depan Uang

Penerbitan mata uang elektronik oleh bank-bank nasional di seluruh dunia merupakan konsekuensi dari kapabilitas teknologi yang berasal dari teknologi blockchain. Pemerintah nasional dan komite pasar keuangan supranasional akan mendorong penerapan database aset global yang sepenuhnya transparan yang memungkinkan pelacakan arus keuangan secara real-time. Uang tunai mungkin akan tetap untuk waktu yang sangat lama dalam mekanisme transaksi paralel dan anonim, namun sebagian besar transaksi akan tersedia di jaringan hanya ini karena kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi dari basis data aset yang diatur secara global. Oleh karena itu, penerbitan mata uang elektronik (misalnya “ePounds”), yang dikendalikan oleh bank sentral negara peserta, akan menjadi cara yang baku dalam mengelola basis moneter suatu mata uang.

Ketika ditanya mengapa mereka menerapkan rezim mata uang digital yang mencakup semua, bank sentral, regulator, dan agen pajak akan mengacu pada kemampuan audit dan keterlacakan arus keuangan serta biaya transaksi yang lebih rendah terkait dengan penggunaan mata uang elektronik resmi. Transparansi semacam itu akan membutuhkan mekanisme tata kelola baru untuk menyeimbangkan transparansi dan kebebasan dalam dunia pengawasan yang ada di mana-mana.

Masa Depan Tabungan dan Konsumsi

Pertanyaan tentang apakah akan menggunakan sumber daya tunai yang tersedia untuk menabung atau konsumsi akan semakin dijawab oleh DFA, dengan mengandalkan di satu sisi masukan yang telah kita berikan kepada mereka yang mencerminkan preferensi tabungan kendaraan konsumsi kita dan pentingnya mencapai tujuan keuangan kita. Di sisi lain, asisten ini akan memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia, terutama melalui informasi produk yang tersedia secara online, untuk menyarankan bauran harga / produk yang paling sesuai yang sedekat mungkin dengan posisi keuangan kita serta kesediaan kita untuk mengeluarkan uang.

Akan ada ekosistem DFA independen vs. bergantung, yang mencerminkan model penagihan dari penyedia yang akan hidup dari biaya penggunaan atau biaya referensi / pendapatan iklan dari penyedia produk dan layanan yang disalurkan melalui mesin analisis DFA. Beberapa DFA akan menawarkan pengguna mereka pilihan apakah mereka bersedia untuk membayar untuk layanan mereka dengan uang atau (res tricted atau dibatasi) penggunaan anonim transaksional dan data lainnya untuk iklan tujuan. Hak milik baru atas data pribadi akhirnya akan memungkinkan pemilik data tersebut untuk menentukan sejauh mana data tersebut dapat dan harus diungkapkan kepada pihak luar dan pada akhirnya akan memberi harga pada penggunaan data tersebut oleh pihak eksternal.

Pertukaran antara penggunaan langsung sumber daya tunai dan penyimpanan sumber daya tersebut untuk penggunaan di masa mendatang akan beralih ke perspektif jangka panjang bagi pengguna dengan tujuan keuangan jangka panjang sehingga mereka dapat membandingkan DFA dengan keinginan pembelanjaan langsung. Pengguna individu masih dapat menolak Digital Assistant (DA) tetapi suara

yang mengganggu tentang validitas tujuan jangka panjang setidaknya akan menempatkan pembelian berikutnya ke dalam konteks yang lebih luas, berpotensi menunda pembelian tersebut untuk hari lain. . Dengan demikian, keputusan menabung vs. konsumsi akan didasarkan pada prospek keuangan yang lebih canggih yang diberikan oleh DA yang tidak bias.

Masa Depan Literasi Keuangan

Karena perantara dikeluarkan dari rantai nilai finansial, digantikan oleh Asisten Digital yang mendasarkan pengambilan keputusan mereka pada masukan dari masing-masing pelaku pasar, pendekatan regulasi keuangan saat ini yang berfokus pada pengaturan perantara akan ditantang. Oleh karena itu, regulasi akan semakin meminta bukti literasi keuangan dan akan membuat masa depan transaksi keuangan bergantung pada hasil tes wajib yang dirancang untuk menampilkan tingkat pemahaman individu berkenaan dengan pengetahuan keuangan. Tanpa pengujian tersebut, regulasi keuangan akan berjuang untuk menangkap semua aspek yang relevan dari transaksi keuangan di masa depan, sementara penyedia 'Digital Assistants' akan merancang model bisnis mereka untuk menghindari posisi pengambilan risiko keuangan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, individu akan menjadi fokus tindakan pengaturan dan pengetahuan arus keuangan dan dampak dari keputusan tertentu terhadap kesejahteraan keuangan akan menjadi semakin penting untuk menghindari lubang bencana dalam arsitektur keuangan (ritel) .

Sifat layanan keuangan dan arsitektur keuangan global akan berkembang secara substansial dalam dekade berikutnya dan akan bergerak menuju layanan konsultasi yang sangat otomatis dan berkemampuan teknologi yang memperhitungkan semua sumber yang tersedia dan penggunaan uang yang masih ada di pasar, membuatnya tersedia untuk setiap peserta dan dalam bahasa yang dapat dipahami oleh semua orang. DFA ini akan sangat dipersonalisasi, berpotensi tidak independen dari penerbit, dan sangat saling berhubungan untuk menghasilkan hasil keuangan terbaik yang tersedia bagi penggunanya dan menjalankan transaksi secara otomatis untuk mengurangi waktu dan kemudahan pemrosesan. Penerbitan uang oleh bank sentral akan diubah melalui penggunaan teknologi blockchain dan akan mengubah transfer uang dan semua jenis instrumen keuangan lainnya menjadi pengalaman waktu nyata. Otomatisasi dan kontras cerdas semacam itu tersedia melalui penggunaan DFA, berdasarkan basis data mata uang elektronik dan pasar keuangan yang transparan akan membantu individu membuat keputusan yang lebih baik yang mengarah ke masa depan keuangan yang lebih positif bagi pengguna sistem ini.

10.3 Inovasi Perbankan Melalui Data

Inovasi teknologi sangat penting bagi industri perbankan online sejak Stanford Federal Credit Union menawarkan portal perbankan internasional pertama di dunia pada tahun 1994. Beberapa dekade terakhir telah menyaksikan industri keuangan dengan lambat memasukkan teknologi berbasis internet untuk membuka saluran distribusi dan operasional baru. Namun, sebagian besar inovasi itu telah berada di sekitar aspek rasional bank dengan memasukkan saluran digital baru yang berbeda.

Saat ini, sebagian besar bank menawarkan produk dan layanan mereka melalui saluran internet seperti platform web atau aplikasi seluler. Perbankan digital memungkinkan nasabah mengakses hampir semua

layanan keuangan dari mana saja, kapan saja. Namun, bank pada dasarnya masih menawarkan produk dan layanan yang sama seperti yang mereka lakukan di tahun 1990-an. Dibandingkan dengan industri lain seperti hiburan, perjalanan, atau ritel, bank belum menggunakan saluran ini untuk benar-benar mengubah model bisnis mereka atau mengusulkan produk atau layanan baru dan lebih relevan. Selain beberapa lonceng dan peluit, industri perbankan masih belum benar-benar terganggu.

Dari Vendor Produk Finansial hingga Penyedia Solusi

Bank data transaksional mengumpulkan dari jutaan pelanggan dan revolusi data baru adalah bahan yang diperlukan untuk mengganggu produk dan layanan yang saat ini ditawarkan oleh bank. Gangguan ini akan menggeser bank dari posisi mereka saat ini sebagai vendor produk keuangan menjadi penyedia solusi keuangan. Misalnya, seorang pelanggan yang ingin membeli mobil impiannya memiliki ribuan produk yang tersedia untuk membantunya menabung atau meminjam uang untuk mencapai tujuan spesifik tersebut.

Namun, pelanggan mungkin ingin memiliki rencana untuk mencapai tujuan dengan produk yang tepat. Jadi, alih-alih menawarkan katalog besar produk keuangan kepada pelanggan untuk dipilih, bank dapat menawarkan rencana yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan. Produk keuangan harus berfungsi sebagai alat yang memfasilitasi situasi keuangan sehari-hari. Bank akan mulai menawarkan solusi untuk peristiwa dan situasi kehidupan, bukan hanya alat keuangan untuk mengatasinya. Bank sebenarnya berada pada posisi yang sangat baik untuk melakukan hal ini secara tepat; mereka dapat mengembangkan teknologi yang menawarkan solusi keuangan alih-alih katalog produk dengan belajar dari data yang telah mereka kumpulkan selama beberapa dekade. Tantangannya adalah mengekstrak makna dari data tersebut dan menggunakannya untuk menawarkan produk yang tepat pada waktu yang tepat kepada pelanggan yang tepat. Pengetahuan baru ini harus mengkodekan preferensi dan selera dari pelanggan dengan cara yang sangat tepat. Wawasan yang dapat ditindaklanjuti ini kemudian dapat digunakan untuk mengusulkan solusi keuangan yang dipersonalisasi untuk tantangan pelanggan tertentu.

Revolusi Data adalah Jawabannya

Sejauh ini kita telah melihat bagaimana bank berada dalam posisi istimewa yang unik untuk membawa industri keuangan ke tempat yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, prospeknya tidak semua cerah dan mawar - bank berada di bawah banyak tekanan untuk melakukan ini sebelum perusahaan internet raksasa mengalahkan mereka. Selain itu, bank menghadapi gelombang persaingan yang belum pernah terjadi sebelumnya dari sekumpulan pemain FinTech murni yang baru muncul. Perusahaan internet besar dan firma FinTech yang telah mempelajari revolusi data di sektor lain mulai memasuki dunia keuangan. Bank-bank besar sangat menyadari ancaman ini dan mulai serius mengaplikasikan revolusi data. Contoh penting datang dari Francisco Gonzalez, kepala eksekutif BBVA, yang menyatakan dalam artikel opini berjudul "Bank perlu mengambil alih Amazon dan Google atau mati" yang diterbitkan di Financial Times pada tahun 2013:

Beberapa bankir dan analis berpikir bahwa Google, Facebook, Amazon atau sejenisnya tidak akan sepenuhnya memasuki bisnis dengan margin rendah yang diatur dengan ketat seperti perbankan. Saya tidak setuju. Terlebih lagi, saya pikir bank yang tidak siap menghadapi pesaing baru seperti itu pasti akan mati.

Lantas, apa keunggulan kompetitif unik yang dimiliki lembaga keuangan untuk terus memimpin inovasi di sektor keuangan? Bagaimana mereka bisa berinovasi untuk memenangkan pertempuran baru melawan Amazon, Apple, Google, dan perusahaan rintisan FinTech?

Apa yang dimiliki bank adalah data yang andal, dapat diukur, dan yang terbaik dari semuanya, dapat dimonetisasi. Sayangnya, sebagian besar bank kurang memiliki budaya inovasi internet dan organisasi TI yang gesit dan cepat dipasarkan yang membentuk DNA dari perusahaan rintisan FinTech dan raksasa internet. Tantangan memasuki revolusi data dari perspektif bank tidak dapat diabaikan karena sistem perbankan inti telah ditambah selama beberapa dekade dan organisasi bank belum dirancang untuk berinovasi dengan cepat di bidang ini. Internet dan inovasi data membutuhkan jenis organisasi yang sangat spesifik yang jauh berbeda dari cara lembaga keuangan beroperasi. Secara spesifik, perbankan kesulitan melakukan inovasi di sektor data dan internet karena beberapa alasan:

- Organisasi dan budaya perusahaan yang tidak dirancang untuk inovasi yang cepat. Bank telah mengoperasikan tim pengembang TI mereka, menggunakan apa yang dikenal dalam manajemen proyek sebagai “model air terjun” di mana persyaratan didefinisikan dengan sangat baik di awal proyek, dan hasil akhir harus dilihat di bagian akhir. Cara kerja seperti ini bukanlah yang paling sesuai dengan aplikasi untuk mempromosikan inovasi. Perusahaan internet dan start-up menggunakan metodologi tangkas untuk menilai dan menerapkan ide-ide baru dengan cepat, meskipun berisiko karena hasilnya sering kali tidak diketahui dan kegagalan adalah bagian dari prosesnya.
- Kurangnya bakat khusus dari rekayasa perangkat lunak dan ilmu data. Insinyur sering kali lebih memilih untuk mengabdikan bakat mereka pada perusahaan yang lebih kecil di mana mereka merasa bahwa kontribusi mereka memiliki dampak yang lebih besar, dan budaya perusahaannya berbasis inovasi sejak awal.
- Infrastruktur TI inti yang heterogen dan rumit. Infrastruktur core banking sering kali terdiri dari sistem lama dan heterogen yang mengeluarkan biaya besar untuk menjaga operasional dan keamanan. Oleh karena itu, membangun sistem baru dalam beberapa skenario dipandang sebagai prioritas kedua tetapi bukan bagian dari bisnis inti bank. Bank memang mulai menyadari situasi mereka dan menyesuaikan cara mereka bekerja dengan sektor teknologi inovatif, tetapi ini mungkin belum cukup untuk bersaing dengan para pemain baru.

Jadi, Bagaimana Bank Dapat Memanfaatkan Keunggulan Datanya dengan Terbaik?

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah: bagaimana tepatnya bank dapat berinovasi untuk bersaing dengan pemain baru ini (misalnya raksasa internet dan perusahaan rintisan FinTech) dengan memanfaatkan keunggulan data unik mereka? Hidup di dunia dengan sistem yang saling terhubung di mana nilai nyata semakin banyak datang dari data itu sendiri, bank harus membuka dan menawarkan API yang terstruktur dengan baik dan aman, di mana inovator pihak ketiga dapat mengembangkan solusi keuangan generasi berikutnya. Ini bukan pendekatan baru di sektor teknologi; telah banyak digunakan oleh perusahaan teknologi terbesar. Misalnya, Apple melalui ekosistem Apple Store mereka membuka platform mereka untuk memungkinkan perusahaan pihak ketiga berinovasi di atas sistem operasi dan perangkat mereka. Pendekatan ini membuat platform Apple jauh lebih kuat dan bertenaga meskipun

beberapa inovasi tidak datang langsung dari Apple tetapi dari perusahaan lain dan start-up. Google juga berinovasi dengan membuka layanan dan API ke perusahaan lain.

Bank harus mengikutinya dan mulai menawarkan API yang terstruktur dengan baik dan aman untuk membuka data dan layanan mereka kepada pengembang yang inovatif. Pendekatan ini membutuhkan aplikasi middleware untuk berinteraksi dengan sistem perbankan inti untuk memungkinkan pengembang mengakses layanan dan data bank melalui API yang kuat. Lapisan middleware ini juga akan melibatkan penyederhanaan beberapa infrastruktur TI yang saat ini menghambat inovasi di dalam bank. Dengan pendekatan ini, perusahaan pihak ketiga dapat melakukan inovasi layanan keuangan baru sambil memungkinkan bank untuk mempertahankan bisnis intinya.

Kesatuan komunikasi pengembangan aplikasi FinTech adalah implikasi kreatif tanpa henti. Data API memiliki potensi untuk memungkinkan perusahaan, bank, dan pelanggan mereka mendapatkan keuntungan dari ekosistem solusi inovatif yang semakin bernilai. Pendekatan baru ini tidak hanya memiliki potensi besar untuk menghasilkan aliran pendapatan baru, tetapi yang lebih penting memungkinkan bank untuk benar-benar memimpin gangguan yang akan segera terjadi pada industri mereka.

Masa Depan FinTech: Ekosistem Inovasi Tripartit

Ilmu data yang diterapkan pada data transaksi keuangan yang dimiliki bank membuka jalan baru untuk inovasi dan akan menjadi dasar masa depan FinTech. Kunci untuk mewujudkan inovasi ini adalah mengekstraksi pengetahuan dari data yang dapat digunakan dalam aplikasi baru, yang pada dasarnya telah menyandikan kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk menghasilkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Berdasarkan pengetahuan baru ini, teknologi pembelajaran mesin seperti pemfilteran kolaboratif akan dapat menawarkan kepada pelanggan apa yang mereka butuhkan pada saat mereka membutuhkannya. Selain itu, ekosistem keuangan baru ini akan dapat menawarkan solusi yang lebih personal berdasarkan produk yang telah ditawarkan oleh bank. Solusi ini akan memungkinkan konsumen untuk mencapai tujuan spesifik mereka dengan rencana keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perilaku mereka.

Ekosistem baru yang diusulkan di mana bank fokus pada bisnis inti mereka dan memungkinkan perusahaan teknologi untuk mengembangkan layanan keuangan baru di atas data dan layanan bank tidak diragukan lagi akan mengarah pada model bisnis baru yang melibatkan tiga pihak: bank, perusahaan teknologi, dan pelanggan. Meskipun skenario ini tidak menganggap bank mendorong inovasi sendiri, mereka masih akan memegang bahan bakar yang menggerakkan ekosistem inovasi ini: data dan layanan.

10.4

Prediksi Bank FinTech Akan Menguasai Dunia

Industri keuangan merupakan salah satu industri besar terakhir yang belum sepenuhnya terdisrupsi oleh revolusi digital. Namun demikian, tampaknya para bankir tidak memiliki pendekatan yang jauh berbeda dengan orang-orang yang menjalankan industri pers, perhotelan, dan penerbangan beberapa tahun lalu. Setiap industri akan "di-uberisasi" - model operasional yang memungkinkan agen ekonomi untuk mengubah kapasitas tidak bermanfaat dari jumlah aset atau sumber daya manusia sehingga mengurangi

biaya transaksi. Istilah ini berasal nama perusahaan Uber, tetapi tampaknya sebagian besar bankir masih berpikir itu akan berbeda dalam kasus mereka, mungkin karena mereka menganggap peraturan yang berat akan melindungi mereka dan membatasi pertumbuhan, atau setidaknya dampak, FinTech. Bankir sama sekali tidak mengerti bahwa perusahaan teknologi cukup gesit untuk memanfaatkan peraturan apa pun.

Mereka juga terus percaya bahwa nasabah masih mempercayai bank; namun, sejak krisis keuangan 2008 dan karena skandal keuangan yang tidak pernah berakhir (Libor-gate, skandal pengaturan valuta asing (FX), dll.) pelanggan (baik individu maupun bisnis) memiliki selera yang besar untuk keuangan alternatif. Bank tidak lagi dilihat sebagai mitra, melainkan sebagai penyedia murni yang menjaga kepentingan dan keuntungan jangka pendek mereka sendiri.

Ini adalah langkah awal bagi bank untuk membuka inkubator atau membuat dana modal ventura (VC) untuk diinvestasikan dalam start-up, beberapa di antaranya adalah FinTech, tetapi itu jelas tidak cukup. Sebagian besar bank ingin mendanai perusahaan rintisan FinTech yang menciptakan produk untuk ditambahkan di atas produk mereka sendiri, yang akan membuat pengalaman pengguna lebih baik, tetapi mereka hampir tidak pernah berinvestasi dalam produk yang secara langsung bersaing dengan mereka dan oleh karena itu dapat mengkanibal pelanggan atau keuntungan. Izinkan saya menjelaskan mengapa pendekatan ini sepenuhnya salah. Kita sekarang bereksperimen dengan t ia pertama gelombang dari FinTech, yang melihat perusahaan bersaing dengan bank-bank pada produk tertentu, termasuk, Amon g banyak lagi:

- Pinjaman dan kredit
- Pembayaran
- Valuta asing dan pengiriman uang
- Manajemen kekayaan

Lending Club sejauh ini merupakan perusahaan FinTech unggulan global. Keberhasilan IPO-nya telah menjadi pengubah permainan bagi seluruh sektor FinTech. Jadi, bank ditekan oleh pendatang baru tetapi - dan "tetapi" sangat penting - para pengganggu ini mengandalkan bank sekolah lama untuk layanan perbankan dan infrastruktur perbankan (rekening bank, pembayaran, kepatuhan, perantara, dll.). Dengan kata lain, mereka menciptakan kembali pengalaman pengguna, antarmuka pengguna, atau model bisnis tetapi bukan "semuanya" (untuk mencuri kutipan dari Marc Andreessen). Dan dengan mengandalkan bank untuk melakukan bisnis, perusahaan FinTech adalah klien dan menghasilkan pendapatan bagi bank. Itu adalah model co-option (co-operative competition) di mana FinTech tetap berada di bawah kekuasaan bank – mereka mengganggu bank di satu sisi tetapi mereka membawa bisnis di sisi lain. Pada akhirnya, bank tetap menang.

Penting untuk dicatat bahwa banyak bisnis FinTech telah berevolusi dari “model P2P” murni menjadi “model pasar” di mana likuiditas dapat berasal dari rekan-rekan atau dari lembaga keuangan. Lending Club dikenal mendapatkan hingga 80% likuiditasnya dari lembaga keuangan dan bukan dari rekan-rekan. Di sini kami memiliki contoh yang jelas tentang bank yang menganggapnya lebih efisien dan oleh karena itu lebih menguntungkan bagi mereka untuk meminjamkan uang melalui Lending Club daripada melalui cabang mereka yang sudah ketinggalan zaman. Bagaimanapun, tantangannya lebih pada memiliki likuiditas yang dalam daripada dalam menemukan likuiditas.

Gelombang kedua FinTech, yang akan datang di tahun-tahun mendatang, adalah “perbankan pasar” (atau “bank FinTech”). Ini akan menjadi kelompok bank berdasarkan lima elemen sederhana :

1. Platform perbankan inti yang dibangun dari awal.
2. Lapisan API untuk terhubung ke pihak ketiga.
3. Infrastruktur dan proses kepatuhan / KYC.
4. Izin perbankan, untuk menjadi independen dari bank lain dan kemampuan untuk menyimpan dana klien tanpa batasan.
5. Basis pelanggan / CRM, artinya bank ch FinTe akan memiliki pelanggan dan tim dukungan pelanggan.

Produk yang langsung ditawarkan oleh bank FinTech akan dibatasi pada “penyimpanan dana”, yang terdiri dari:

1. Rekening bank (multi-mata uang)
2. Kartu kredit dan debit (multi-mata uang)
3. eWallet (multi-mata uang).

Semua layanan lainnya (investasi, perdagangan, dan kemarkahan; manajemen kekayaan; pinjaman, kredit, dan hipotek; crowdfunding (ekuitas dan sosial); asuransi; cryptocurrency; pembayaran; pengiriman uang dan FX ... daftar ini tidak lengkap) akan disediakan oleh pihak ketiga pihak melalui API, termasuk bank sekolah tua, lembaga keuangan, dan perusahaan FinTech.

Bayangkan Anda adalah klien “bank pasar” ini dan Anda membutuhkan pinjaman. Anda tidak terlalu peduli jika pinjaman diberikan kepada Anda oleh Lending Club atau Bank of America, yang Anda cari adalah proses yang cepat dan mudah untuk mendapatkan pinjaman Anda, dan suku bunga serendah mungkin. Jadi, melalui API, “bank pasar” akan berkonsultasi dengan semua pihak ketiganya dan menawarkan Anda informasi yang paling cocok untuk Anda. Kita dapat membayangkan sebuah proses di mana kondisi yang ditawarkan oleh pihak ketiga tidak dapat dinegosiasikan tetapi kita juga dapat membayangkan proses penawaran yang kompetitif untuk mendapatkan penawaran terbaik untuk setiap klien pada suatu waktu.

Dalam obrolan informal baru-baru ini dengan manajer cabang modal ventura bank glo bal, saya akhirnya mengerti bahwa yang paling ditakuti bank adalah perusahaan teknologi (GAFA dan FinTech) yang memiliki hubungan pelanggan di masa depan, dan bahwa mereka hanya menjadi label putih. di bagian belakang proses. Dalam skenario seperti itu, bank tidak memiliki hubungan klien dan hanya bersaing dalam harga, menciptakan tekanan signifikan pada margin dan profitabilitas mereka. Ini seperti ketika sebuah perusahaan menyediakan produk berlabel putih ke pengecer seperti Carrefour atau Tesco.

Saya telah ditanyai beberapa kali tentang model bu siness ini dan menurut saya itu tidak perlu dipikirkan lagi. Ini adalah perpaduan sederhana antara biaya akses ke “bank pasar” dan model bagi hasil dengan pihak ketiga yang menyediakan layanan tambahan. Di sini kami memiliki pendekatan yang sangat berbeda terkait hubungan dengan pemegang jabatan. Bank FinTech, berkat izin perbankan mereka, tidak akan lagi bergantung pada bank mana pun untuk - dan bertahan - dalam bisnis, dan karenanya tidak akan bergantung pada belas kasihan pemegang saham lama. Dan yang lebih hebat lagi, melalui pasar, pemegang saham lama akan menjadi “klien” bank FinTech, jadi sistemnya akan benar-benar terbalik.

Kami akan melihat bank membayar komisi kepada bank FinTech untuk melayani pelanggan mereka! Keindahan dari “perbankan pasar” adalah bahwa ia bersaing langsung dengan bank-bank inti layanan perbankan tanpa perlu membangun semua produk. Sekarang pertanyaannya adalah, apa yang sebenarnya dibutuhkan untuk meluncurkan “bank pasar”?

1. Teknologi / API / Kepatuhan / KYC: membangun teknologi adalah elemen yang kompleks tetapi banyak orang memiliki keterampilan untuk melakukannya. Jadi itu jelas bukan penghalang utama.
2. Lisensi perbankan: di Eropa, anggaran untuk mendapatkan lisensi perbankan diperkirakan sekitar € 20 juta, meskipun biayanya bisa lebih murah atau lebih, tergantung negaranya. Tapi ini bukan hanya tentang uang. Untuk menjalankan bisnis, Anda membutuhkan anggota dewan yang kuat dan berpengalaman; tanpa mereka regulator mungkin tidak akan memberi Anda lampu hijau. Jadi, Anda harus dapat meyakinkan investor dan anggota dewan untuk mempercayai Anda, berdasarkan presentasi PowerPoint, dan bertaruh besar pada Anda. Saya pikir kita perlu gelombang pertama FinTech agar sukses, dengan beberapa jalan keluar dan keuntungan besar, agar orang-orang mempertaruhkan banyak uang pada “perbankan pasar”. Sebagai wirausahawan, Anda harus menunjukkan bahwa Anda mampu menjalankan dan mengukur bisnis FinTech untuk memimpin usaha baru semacam itu.
3. Basis pelanggan / CRM: Ini adalah bagian paling kompleks. Bagaimana apakah Anda menarik kritis massa pelanggan berdasarkan persembahan sederhana (accounts + kartu + eWallet) yang bergantung pada pihak ketiga untuk layanan tambahan? Anda tidak hanya dapat mengandalkan pemasaran dan memiliki merek keren untuk menarik ratusan ribu cu baru stomers jika Anda tidak benar-benar berbeda tawaran.

Anda juga perlu fokus: apakah Anda akan menargetkan individu atau bisnis? Individu kelas bawah atau individu dengan kekayaan bersih tinggi? Usaha kecil, menengah, atau besar? Apakah Anda akan fokus pada satu negara atau beberapa negara? Seperti biasa, ini semua tentang pelanggan dan pendapatan, jadi Anda memerlukan rencana penjualan dan pemasaran yang jelas untuk meningkatkan basis pelanggan dengan cepat. Saya beberapa kali ditanya apakah “bank pasar” pertama akan diluncurkan oleh bank jadul (pemegang jabatan) atau perusahaan rintisan FinTech? Saya pasti berpikir yang terakhir. Itu terlalu mengganggu dan risiko kanibalisasi terlalu tinggi untuk melihat bank mengambil risiko.

Sejak 2010, beberapa bank baru telah didirikan dan mulai beroperasi, terutama di Inggris, mereka mengklaim sebagai “bank digital generasi baru”. Namun, kebanyakan dari bank-bank tersebut tidak memiliki ciri khas yang dapat membedakan dengan bank-bank pada umumnya. Bank baru tersebut hanya menawarkan pelayanan operasi secara online atau buka 24 jam sehari 7 hari seminggu. Hal ini tidak cukup menarik minat pelanggan baru secara masif. Beberapa Bank lain menawarkan kepada pelanggan program rekening giro "terbaik" yang pernah ada. Bagaimanapun juga, inti dari inovasi perbankan bukanlah dengan program-program seperti ini. Bank dengan basis FinTech adalah solusi cerdas.

Bagaimanapun, sebagian besar bankir tidak cukup khawatir dengan FinTech untuk bereaksi terhadap gelombang kedua yang akan datang. Ini menciptakan “jendela” yang fantastis bagi kami para wirausahawan FinTech untuk membangunnya. Bank FinTech tidak bisa dihindari! Ini hanyalah cetak biru. Untuk melakukannya membutuhkan banyak kerja keras. Tetapi mengingat bahwa elemen-elemennya sudah tersedia, ini bukan pertanyaan tentang apakah melainkan kapan bank FinTech murni pertama kali muncul. Mereka akan ramping, fleksibel, dan tidak terhalang oleh sistem lama dan tidak akan memiliki

reputasi yang ternoda seperti para pemegang jabatan. Mereka akan makan siang dari dinosaurus perbankan saat ini dan pada akhirnya bisa menguasai dunia perbankan.

10.5

Supermarket FinTech

“Ini bukan spesies terkuat yang bertahan, juga bukan yang paling cerdas yang bertahan. Itu adalah salah satu yang paling mudah beradaptasi dengan perubahan.” Charles Darwin, *The Origin of Species*

Lembaga keuangan masa depan harus sangat berbeda dari struktur saat ini jika mereka ingin tetap kompetitif sambil memenuhi permintaan pelanggan yang terus berubah dan meningkat. Mereka akan terdiri dari konstruksi perusahaan teknologi keuangan (FinTech) yang inovatif dan independen. Jenis lembaga ini memberikan biaya yang lebih rendah selain peningkatan kinerja dan pengalaman pengguna. Yang terpenting, mereka mewakili masa depan yang dapat dan ingin kita percayai. Lembaga keuangan baru yang diusulkan disebut Supermarket FinTech terbaik di kelasnya, dan model bisnisnya membedakannya dari lembaga keuangan yang ada seperti bank, termasuk yang sudah memiliki kemitraan dengan perusahaan FinTech.

Supermarket FinTech

Proposal FinTech Supermarket mengacu pada pengejaran yang hampir sepenuhnya menggunakan perusahaan FinTech sebagai penyedia layanan keuangan. Ini secara kiasan merupakan perkembangan logis dari arsitektur dana terbuka yang terkenal tetapi dengan perbedaan penting bahwa perusahaan FinTech terbaik ditawarkan di tempat produk dana terbaik. Ini tentang kemungkinan menggabungkan seleksi terbuka dari mitra FinTech terbaik dan paket layanan keuangan terbaik di bawah satu atap. Perusahaan FinTech independen dan inovatif terkemuka akan menyediakan mayoritas dari semua layanan keuangan. Pada saat yang sama, Supermarket FinTech akan selalu terbuka untuk bekerja sama dengan bank, perusahaan asuransi, atau raksasa teknologi untuk memastikan rasio dan layanan harga-kinerja terbaik. Kemungkinan besar pada akhirnya akan mendapat lebih banyak manfaat dari penggunaan FinTech terbaik di kelasnya, yang lebih gesit dan gesit karena ukurannya dan lebih inovatif karena semangat kewirausahaan mereka.

Namun, perbedaan utama dari lembaga keuangan baru ini adalah bahwa bukan industri keuangan lama yang akan mengizinkan FinTech untuk berpartisipasi dalam keseluruhan layanan dan bisnis; sebaliknya, itu akan menjadi sebaliknya. Adapun kurangnya cabang secara umum, bank dan mungkin beberapa FinTech pada akhirnya hanya akan menawarkannya kepada klien istimewa. Klien lain tidak membutuhkannya atau tidak mampu membelinya. Bank yang tetap mempertahankan cabang akan melakukannya dengan biaya tinggi untuk menutupi segmen klien yang masih tidak nyaman dengan perbankan digital, antara lain. Untuk contoh bagus yang menunjukkan bahwa mitra layanan dapat bekerja dengan sukses di dalam dan untuk struktur yang lebih besar, kita tidak perlu melihat lebih jauh dari situs web besar yang menggunakan Google, Bing, atau Yahoo! Cari sebagai mesin pencari default mereka. Baik penyedia mesin telusur maupun situs web mendapat manfaat dari kemitraan ini, dan keduanya tetap independen, kuat, dan sukses dengan caranya sendiri.

Manfaat klien

- Akses ke “arsitektur FinTech terbuka”, yang memberikan layanan keuangan yang lebih baik , rasio harga / kinerja yang lebih baik, transparansi yang lebih baik, dan selanjutnya pengalaman pelanggan yang baru dan lebih baik.
- Seleksi awal penyedia layanan, konsolidasi layanan, aset, dan laporan ad hoc.
- Biaya yang lebih rendah sehingga pengembalian dan tabungan secara keseluruhan lebih tinggi.

Manfaat FinTech

- Akses ke lebih banyak pelanggan, memungkinkan massa kritis dijangkau lebih cepat, dan penciptaan landasan yang kokoh untuk ekspansi dan pertumbuhan.
- Pemeliharaan kompetensi inti dan kebebasan: kemitraan dengan atau penjualan ke pihak ketiga tidak dilarang.

Manfaat supermarket FinTech

- Pengurangan biaya dan kemampuan untuk menyediakan layanan independen terbaik kepada pelanggan.
- Pertumbuhan berkelanjutan dan perolehan pengetahuan terkini melalui keuangan kemitraan layanan.
- Daya tarik , branding, dan keunggulan kompetitif akan diperkuat melalui pengembalian total yang lebih tinggi , transparansi yang lebih besar, dan penyesuaian yang lebih cepat terhadap kebutuhan pelanggan.

Strategi bisnis FinTech Supermarket akan menjadi “game changer” untuk layanan keuangan. Dalam industri asuransi, sudah umum bagi pialang asuransi untuk membandingkan penawaran yang sesuai untuk klien dan kemudian menyusun paket yang optimal. Selain itu, sudah ada FinTech yang menegosiasikan biaya bank dan asuransi yang lebih baik untuk klien mereka. Sebaliknya, Supermarket FinTech akan menganalisis semua layanan dan harga FinTech yang cocok di pasar serta layanan bank yang memenuhi syarat, mengevaluasi temuan, dan kemudian menawarkan kesepakatan terbaik kepada klien. Supermarket FinTech dengan demikian akan menciptakan pasar yang sama sekali baru. Ini akan meningkatkan jangkauan layanan untuk semua pihak – pelanggan, FinTech, bank, dan perusahaan asuransi – yang akan mengarah pada layanan yang lebih baik, rasio harga-kinerja, dan daya saing.

Kemajuan pesaing industri keuangan baru dan model bisnis seperti Supermarket FinTech akan membawa perubahan yang mengganggu yang juga bisa sangat menyakitkan bagi banyak peserta. Hal ini juga secara nasional akan menstabilkan pendapatan industri keuangan pada tingkat yang lebih rendah melalui persaingan yang lebih besar dan tekanan yang terkait pada marjin keuntungan.

Untuk bertahan dari tren ini, lembaga keuangan harus memberikan nilai tambah yang jelas dan pengalaman pelanggan yang unik untuk menjaga margin mereka tetap tinggi. Pendekatan yang diambil oleh Apple dapat dianggap sebagai model bisnis masa depan yang baik untuk industri keuangan karena beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif dan, sejauh ini, sangat berhasil dalam mempertahankan margin keuntungannya yang tinggi.

Regulasi Keuangan

Banyak, jika tidak semua, bank dan lembaga keuangan menunjukkan harapan bahwa regulasi akan membunuh pesaing perbankan yang lebih kecil dan FinTech dan menahan raksasa teknologi. Sisanya berpikir mereka dapat menemukan kembali mereka elf dari masalah kesenjangan inovasi, tetapi ini tidak mungkin terjadi. Jika lembaga keuangan mengandalkan regulasi keuangan untuk menghentikan persaingan, mereka akan mati di air.

Namun demikian, FinTech harus bersiap menghadapi momen ketika peraturan baru akan memperkuat aturan dan pengawasan. Mereka akan disarankan untuk mematuhi peraturan sejak awal dan menganggap mereka penting untuk prospek kesuksesan mereka. Oleh karena itu, mereka harus beradaptasi dan bertindak sesuai dengan itu. Kita tidak boleh lupa bahwa regulator dan pemerintah tahu atau harus tahu bahwa FinTech dapat melayani mereka di banyak tingkatan, seperti meningkatkan pengalaman nasabah perbankan dan layanan perbankan secara keseluruhan. Pusat keuangan antar nasional yang tidak memahami pentingnya FinTech sebagai salah satu komponen kunci untuk menentukan masa depan mereka dan tetap relevan akan segera kehilangan kepentingannya. Memelihara industri FinTech, yang menghadirkan masa depan, adalah bagian dari memelihara masa depan mereka sendiri.

Mileneal

Klien Mileneal, terutama milenial, menginginkan hal-hal berbeda dari perbankan dan juga mengharapkan regulator dan politisi untuk memungkinkan FinTech dan kompetisi y menuju status quo untuk berkembang. Mileneal - juga dikenal sebagai Generasi Y - adalah generasi yang lahir kira-kira antara tahun 1980 dan 2000 dan dianggap sebagai salah satu segmen klien terpenting bagi lembaga keuangan. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang sangat besar bagi lembaga keuangan untuk menjadi tujuan yang layak bagi mereka, terutama karena daya beli dan investasi mereka secara alami meningkat dan bisnis mereka menjadi penting untuk memastikan keberhasilan.

Banyak solusi untuk kebutuhan generasi milenial akan dapat dialihkan ke generasi lain dalam beberapa bentuk karena kita semua menginginkan peningkatan dalam layanan yang memenuhi kebutuhan kita saat ini atau masa depan, serta yang belum diketahui. Kutipan terkenal oleh Henry Ford, pendiri Ford Motor Company, membawa intinya: "Jika saya bertanya kepada orang-orang apa yang mereka inginkan, mereka akan mengatakan kuda yang lebih cepat." Orang akan mudah beradaptasi dengan layanan yang ditingkatkan dan pengalaman pelanggan yang akan ditawarkan FinTechs kepada mereka dan bahkan layanan yang pelanggan tidak tahu mereka inginkan.

Struktur timbul tradisional, sistem warisan, dan cara berpikir bank menyulitkan mereka untuk memecahkan Persamaan FinTech (Inovasi + Pengalaman Pelanggan + 24/7 = FinTech). Namun, sangat penting bagi mereka untuk menyelesaikannya agar menjadi tujuan yang layak bagi milenium dan kita semua.

Segera Hadir di Kota Terdekat!

Bagi kebanyakan orang, pertumbuhan kekuatan FinTech dan raksasa teknologi sebagai pesaing perbankan tradisional bukanlah hal yang mengejutkan. Berita sebenarnya adalah seberapa cepat mereka menjadi sukses di industri keuangan. Tren sektor keuangan ini tidak dapat dibatalkan. Namun, inovasi yang mengganggu dari layanan FinTech dan raksasa teknologi memberikan peluang yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan, yang lebih penting, hari esok. Faktor manusia dan penasihat dalam perbankan tidak akan pernah hilang; memang, itu akan menjadi penting. FinTech harus memfaktorkan hal ini ke dalam strategi mereka terlepas dari kekuatan teknologinya agar tidak

melupakan tujuan akhir mereka untuk memberikan pengalaman dan nilai terbaik kepada klien. FinTech memiliki spesialisasi dan fokus pada adaptasi terhadap impian dan keinginan pelanggan; oleh karena itu mereka lebih fleksibel dan mudah beradaptasi daripada perusahaan keuangan besar. Selain itu, pembenaran dan masa depan mereka selalu terkait erat dengan kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Raksasa teknologi dan FinTech akan memainkan peran penting tidak hanya di ruang perbankan ritel tetapi juga di segmen B2B. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari itu teknologi dan pengalaman pengguna kemajuan yang awalnya akan disusun dan dikembangkan untuk segmen klien ritel. Pada akhirnya, tidak akan ada perbedaan dalam cara orang atau perusahaan menggunakan teknologi. Kita hanya perlu melihat bagaimana iPhone dan teknologi Apple lainnya digunakan oleh kedua segmen untuk melihat potensi yang sangat besar.

Minat dan investasi yang luar biasa dari pemodal ventura global di perusahaan FinTech mengingatkan pada era dot-com. Sebuah lthough banyak dot-com tidak lagi ada, yang selamat berada di sini untuk tinggal dan telah mengubah hidup kita selamanya. FinTech akan mengubah masa depan lembaga keuangan saat ini , dan banyak yang tidak akan bertahan atau akan terintegrasi dalam lembaga besar. Namun, yang pasti adalah bahwa mereka akan mengubah pemahaman dan harapan kita akan layanan keuangan selamanya dan menciptakan pasar baru. Ini hanya be ginning, dan itu adalah tak terbendung.

Bank harus berhati-hati bahwa raksasa teknologi akan datang dan beberapa FinTech akan menjadi jauh lebih besar dan lebih kuat daripada yang diinginkan oleh kebanyakan bank. Selain itu, model bisnis FinTechs yang mengandalkan teknologi lebih dekat ke jantung raksasa teknologi. Fakta itu membuat kemungkinan banyak FinTech diakuisisi oleh raksasa teknologi menjadi realistis, karena mereka melihatnya sebagai tiket masuk yang sempurna ke industri keuangan. Lembaga keuangan sebaiknya mencoba mengevaluasi model bisnis Supermarket FinTech terbaik di kelasnya secepat mungkin. Perlu diingat bahwa pesaing baru tidak perlu beradaptasi dengan model bisnis lama. Mereka hanya perlu mengimplementasikan model bisnis baru mereka, tanpa rintangan struktural dari struktur kekuasaan perusahaan yang lama. Lebih jauh lagi, sistem lama akan membunuh banyak bank karena banyak programmer top tidak ingin membangun pengembangan mutakhir mereka atau bekerja untuk lembaga semacam itu sejak awal.

Jika ragu, manajemen bank harus ingat bahwa pesaing baru dapat dan akan bergerak dan menangkap peluang lebih cepat dari mereka. Selain itu, FinTechs, yang sering kekurangan uang yang dimiliki pemain lama, mendapat keuntungan besar: membuat mereka hanya memiliki sedikit pilihan selain berinovasi. Kemungkinan hasil dari perang persaingan keuangan akan menjadi perpaduan antara FinTech, raksasa teknologi, dan bank terbaik di kelasnya. Siapa pun yang ingin memainkan peran utama di masa depan harus memahami bahwa teknologi dan pengalaman pelanggan akan menentukan hasilnya.

Struktur Supermarket FinTech yang diusulkan terbaik di kelasnya menyediakan semua pihak dengan situasi win-win dan, di atas segalanya, model bisnis yang dapat dengan cepat beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan, paling tidak, untuk masa depan.

10.6

Pengalaman Pelanggan Bank Yang Bermitra Dengan Start Up Fintech

Orang terkadang berasumsi bahwa “pengusaha” berarti “pria muda di garasi” (gambar ikonik dari garasi pinggiran kota di Silicon Valley). Citra itu sudah ketinggalan zaman karena pengusaha saat ini mungkin saja seorang wanita di Afrika. Hal ini juga keluar dari tanggal karena pengusaha dapat bekerja untuk sebuah bank yang. (Saya menggunakan istilah bank sebagai short-hand untuk lembaga keuangan apa pun yang dapat berupa bank, pialang, atau perusahaan asuransi).

Permulaan yang didanai modal ventura (VC) adalah satu-satunya kerangka kerja untuk inovasi. Memang, orang dapat mempertimbangkan bagaimana bank dapat menciptakan masa depan dengan bermitra dengan perusahaan baru. Mitra menyiratkan hubungan yang sederajat. Secara historis, gagasan bermitra tidak masuk akal. FinTech berarti menjadi vendor, menjual teknologi ke bank. Selama beberapa tahun terakhir bank mungkin merasakan air memanas, tetapi masih nyaman. Transisi titik didih belum terjadi di Jasa Keuangan. Dampak hari ini pada intinya kecil. Uang VC yang mengalir ke FinTech bertaruh bahwa itu tidak akan kecil untuk waktu yang lama. VC sangat percaya diri karena mereka telah melihat kecepatan orang-orang yang terkena dampak digitalisasi di pasar lain (seperti media, perjalanan, dan ritel).

Bank harus merasakan urgensi. Namun, itu tidak berarti mengambil risiko liar dan dipertimbangkan dengan buruk berdasarkan hype media yang sesak napas. Strateginya harus tepat. Hal ini penting untuk menciptakan menang-menang kemitraan antara bank dan FinTech start-up.

Bermitra, Kompetensi Inti di Era Digital, semuanya tentang Data

Bank tidak dapat berpikir jernih tentang hal ini sampai mereka menerima bahwa hampir semua data berharga berada di luar firewall TI mereka - data tersebut tersedia di internet. “Web yang dapat diprogram” ini adalah sumber daya raksasa yang digunakan perusahaan rintisan FinTech untuk memenangkan persyaratan waktu yang lebih singkat ke pasar dan proposisi nilai biaya yang lebih rendah. Untuk memanfaatkan kekuatan ini, para pemimpin bisnis bank perlu mengenal sedikit jargon teknis yang disebut API. Standar API untuk Antarmuka Pemrograman Aplikasi ; itu hanya berarti bagaimana untuk mendapatkan resources (data dan algoritma) dari sebuah sistem eksternal dan mengirim sumber daya kembali ke sistem eksternal. Sebagian besar sumber daya yang dibutuhkan bank tidak berada di belakang firewall TI mereka. Sebagian besar sumber daya tersebut tersedia di internet terbuka dan merupakan milik perusahaan rintisan FinTech yang perlu menjadi mitra bank .

Kabar baiknya adalah bahwa ini adalah kemitraan yang saling menguntungkan – selama pemain mapan memilih perusahaan rintisan yang tepat untuk bermitra. Beberapa perusahaan rintisan memang ingin “memakan unch Anda”. Mereka menyediakan layanan hari ini ke bagian dari pasar bank. Mereka mungkin belum menjual ke pelanggan bank (karena mereka memulai dengan segmen pasar yang telah diabaikan oleh perusahaan lama), tetapi ketika mereka mencapai skala, mereka akan mengejar pelanggan inti bank. Ancaman dari beberapa perusahaan rintisan sangat nyata.

Startup FinTech lainnya ingin bermitra dengan bank. Ini adalah pasar, seperti Klub Peminjaman dan Daftar Malaikat yang memenangkan efek jaringan dengan menarik perusahaan lain untuk menambah nilai pada data mereka. Mereka ingin bank menggunakan data mereka. Begitulah cara mereka memenangkan permainan efek jaringan. Beberapa bank mungkin memilih untuk memanfaatkan penciptaan nilai yang cepat dari pasar ini dengan berinvestasi di dalamnya melalui akselerator dan dana VC perusahaan – tetapi berinvestasi tidak sama dengan bermitra. Model transaksional ini termasuk dalam zona nyaman organisasi bank dan bisa sangat menguntungkan. Jika Anda berinvestasi lebih awal, katakanlah Klub Peminjaman atau Daftar Malaikat, Anda akan melakukannya dengan baik. Namun, itu sangat berbeda dengan menggunakan sumber daya dari pasar jaringan ini untuk menggerakkan jarum pendapatan/keuntungan bank. Investasi minoritas tidak memberikan keuntungan kepemilikan dalam bisnis digital. Jika pasar jaringan menawarkan keuntungan kepemilikan kepada seseorang yang memiliki beberapa saham, mereka tidak akan memenangkan permainan efek jaringan (dan kemudian saham Anda tidak akan bernilai banyak). API harus terbuka untuk menang. Bank menang dengan menambahkan nilai di atas data yang terbuka, bukan dengan mengontrol data.

Kemitraan yang saling menguntungkan ini adalah tentang data. Semua "ruang panas" yang dibaca orang di media teknologi adalah tentang data. Ambil contoh Internet of Things (perangkat yang membuat data), perangkat yang dapat dikenakan (pakaian dan aksesoris fesyen kami yang membuat data tentang apa yang dilakukan tubuh kami yang mengubah perawatan kesehatan dan asuransi), atau perangkat dan sensor dalam mobil yang membuat data yang mengubah transportasi dan Pertanggungjawaban. Pikirkan pasar jaringan di pasar manajemen kekayaan seperti Lending Club dan Angel List. Pasar ini menciptakan banyak data – yang dengan senang hati mereka sediakan bagi mitra yang akan menambah nilai pada data tersebut dan dengan demikian menambah efek jaringan untuk pasar.

Tambahkan Nilai di Tingkat Pengalaman Pelanggan

Data membutuhkan konteks dan itu berarti algoritme cerdas dan desain pengalaman pengguna yang menyenangkan pelanggan dan mengantisipasi kebutuhan mereka. Di situlah bank dapat menciptakan nilai. Pasar jaringan bukanlah hal baru. Misalnya, bursa saham adalah pasar jaringan yang memuntahkan umpan data. Untuk memenangkan permainan efek jaringan, pasar jaringan ini harus memberdayakan ekosistem, bahkan jika para pemain di ekosistem tersebut (bisnis jasa yang menambah nilai pada data) menjadi lebih berharga daripada mereka. Jadi, mereka termotivasi untuk bekerja dengan bank yang akan memberikan nilai tambah selain API mereka.

Bank adalah bisnis jasa - tidak marketplace - dan tidak harus menderita dari pasar iri. Pertimbangkan NYSE dan NASDAQ. Ini adalah pasar yang dominan di pasar besar, namun NYSE diakuisisi seharga \$ 8,2 miliar dan Charles Schwab (SCHW) bernilai lebih dari \$ 40 miliar. Jika Anda tidak menambahkan nilai di atas API pasar ini, perusahaan rintisan FinTech yang tidak ingin makan siang Anda akan melakukannya. Ini adalah perlombaan dan hadiahnya jatuh ke tangan swift.

Dengan menggunakan API eksternal, bank dapat keluar dari sistem lama dan bersaing dengan kecepatan awal. Bank kemudian dapat menerapkan keuntungan besar saat diluncurkan menggunakan API ini – merek terkenal.

Merek Besar plus Kelincahan Start-up adalah Kombinasi Kesuksesan

Untuk memanfaatkan keuntungan tersebut, bank perlu menempatkan diri mereka pada posisi pelanggan mereka dan untuk mengatasi masalah yang telah ditemukan oleh pengguna awal pasar ini. Pengadopsi awal pasar ini melihat nilai potensial, tetapi mereka juga melihat melewati hype dan memahami bahwa mereka tidak menawarkan peluru perak. Bank yang mendapatkan masukan semacam ini dari grup fokus dapat bereaksi dengan salah satu dari dua cara:

- “Fiuh, aku senang semuanya sudah berakhir dan kita bisa mengabaikannya.” Ini seperti mendengar bahwa konsumen mengalami masalah dalam membeli barang secara online sekitar tahun 1996.
- Ini jelas masa depan dan pengadopsi awal ini memberi kita "daftar yang harus dilakukan". Ini adalah reaksi cerdas dan harus mendorong desain Pengalaman Pelanggan..

The Great Rebundling

Pasar jaringan menang dengan memisahkan, dengan melakukan satu hal dengan baik. Untuk mendapatkan efek jaringan, gesekan pengguna harus sangat kecil. Ini harus “klik di sini untuk bertransaksi”. Bank adalah bisnis layanan yang dapat bertahan dan berkembang melalui badai FinTech dengan melayani kebutuhan kompleks dari dua jenis pelanggan melalui penggabungan kembali pengalaman yang dikabutkan ini menjadi pengalaman pengguna yang terintegrasi untuk:

- Orang kaya, dan
- Bisnis kecil dan menengah.

Untuk melayani pelanggan tersebut, bank harus terlebih dahulu mencari tahu ke mana arah tren dan kemudian melakukan sesuatu yang lebih sulit – lupakan apa yang diminta pelanggan hari ini dan cari tahu apa yang akan mereka minta jika mereka tahu itu mungkin. Teknologi yang mengganggu – seluler, blockchain, Internet of Things, perangkat yang dapat dikenakan – memungkinkan begitu banyak layanan baru sehingga kami benar-benar hanya dibatasi oleh imajinasi dan kebutuhan pelanggan nyata; ada banyak kebutuhan nyata pelanggan, jadi faktor penting adalah imajinasi dan kemauan untuk bertindak.

Rebundling dalam Wealth Management

Hukum Moore tanpa ampun akan menurunkan harga - bahkan menjadi bebas - dari layanan komoditas seperti alokasi aset. Inilah yang dilakukan penasihat robo hari ini - alokasi aset untuk 25 basis poin. Jangan mencoba bersaing di lapisan komoditas ini dengan struktur biaya tinggi. Konsolidasi di lapisan ini akan menjadi brutal dan beberapa orang seperti Vanguard dengan yang ada skala memiliki keuntungan. Ada banyak ruang untuk inovasi di lapisan yang lebih tinggi dari ilmu data, personalisasi, dan pelaporan. Ini adalah kesempatan rebundling. Beberapa penasihat robo akan mencoba menghindari fase konsolidasi dengan meningkatkan tumpukan nilai ke dunia pengelola kekayaan, dengan fokus pada penggabungan kembali layanan pelengkap. Ini adalah balapan.

Kunci dari peluang rebundling adalah generasi baru “manajer aset mikro” yang muncul sebagai pengadopsi awal dari tempat-tempat pasar seperti Lending Club dan Angel List. Mereka biasanya berfokus pada satu kelas aset. Misalnya, manajer aset mikro memanfaatkan pasar P2P lending (seperti Lending Club tetapi juga spesialis untuk bisnis kecil, otomotif, dan pendidikan) dan menerapkan pengetahuan mereka dan beberapa algoritme untuk mencari pengembalian yang disesuaikan dengan risiko yang lebih baik. Di Angel List, pengelola aset mikro ini adalah angel investor yang menjadi dana VC mikro melalui sindikat yang dinamakan “mitra terbatas”.

Klub Peminjaman dan Daftar 'angel' sudah berpengalaman dan mengganggu pasar ini. Di Daily FINTECH, kami juga membuat profil usaha pada tahap awal yang melakukan ini di seluruh kelas aset lainnya seperti ekuitas publik, hutang publik, FX, dan ekuitas swasta. Manajer aset mikro yang muncul ini mengenakan biaya sebagian kecil dari manajer aset lama karena biaya mereka jauh lebih rendah - mereka berdagang dan pasar melakukan sisanya (admin kantor belakang dan akses ke investor). Manajer aset mikro ini berbiaya rendah dan gesit karena mereka memikirkan satu hal dan hanya satu hal - perdagangan yang menguntungkan.

Manajer keuangan dapat menang selama fase rebundling dengan menciptakan pengalaman pengguna yang disederhanakan dan menyenangkan yang memungkinkan diversifikasi risiko di seluruh kelas aset, industri, dan geografi dan yang dapat meraih buah gantung rendah (alfa) yang dilihat oleh manajer aset mikro ini. Pendapatan kotor akan menurun selama fase pemisahan karena persaingan digital. Selama fase rebundling, pendapatan bersih akan meningkat karena manajer aset mikro yang mendukung pasar akan mengenakan biaya lebih rendah daripada manajer dana tradisional dan karena alpha dari awal di pasar ini akan menarik aset baru. Pasar jaringan ini juga menawarkan transparansi total hingga ke aset individu, memungkinkan manajer kekayaan untuk selangkah lebih maju dari penggerak peraturan seperti Petunjuk Pasar dalam Instrumen Keuangan (MIFID) II.

Rebundling di Perbankan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Peluang rebundling dalam bisnis perbankan kecil dan menengah berada di persimpangan perangkat lunak keuangan perusahaan (hutang, piutang, pembelian untuk membayar, faktur elektronik, manajemen perbendaharaan, manajemen rantai pasokan) dan keuangan. Saat perangkat lunak keuangan perusahaan beralih ke Cloud, perangkat lunak tersebut menciptakan jaringan antar perusahaan untuk mengubah data. Dengan kata lain, ini menjadi pasar yang menawarkan data yang dapat dimanfaatkan untuk menyediakan layanan keuangan. Ini sudah bekerja di bagian keuangan rantai atas, tetapi kami baru berada pada tahap paling awal dari transisi ini, yang akan memengaruhi semua bentuk pinjaman bisnis.

Bank meninggalkan pinjaman usaha kecil karena tidak skalabel seperti pinjaman konsumen atau pinjaman perusahaan. The keluar dari bank memungkinkan jaringan pasar untuk pinjaman mengurai dengan menawarkan solusi biaya rendah. Pada fase rebundling, bank memiliki kesempatan untuk menciptakan layanan pembiayaan terintegrasi dengan menggunakan campuran pinjaman berjangka, pinjaman arus kas, dan pinjaman aset. CFO (chief financial officer) dari usaha kecil tidak memiliki tim atau keahlian untuk menggunakan semua ini pasar secara langsung. Seperti investor kaya, mereka membutuhkan bantuan untuk mengatasi kerumitan. Ini adalah peluang layanan rebundling bagi bank.

Fase Rebundling Harus Didorong dari Atas

Keuangan belum menghadapi gangguan tingkat ini sebelumnya, jadi tidak ada model peran selama gelombang gangguan ini. Namun perusahaan teknologi telah menghadapi gangguan tingkat ini pada kesempatan-kesempatan biasa, sehingga bank dapat memperoleh inspirasi dari:

- Perubahan haluan Lou Gerstner atas IBM setelah benar-benar terhapus oleh gelombang gangguan PC.
- Perubahan haluan Steve Jobs terhadap Apple setelah itu juga hampir terhapus oleh gelombang gangguan PC.
- Intervensi awal Google dengan membeli Android dan bagaimana hal itu menyelamatkan Google dari gangguan seluler.
- Intervensi terlambat Facebook dengan membeli Instagram dan WhatsApp agar tidak diganggu oleh seluler.

Benang merah dalam semua program transformasi ini:

- **Fokus Pelanggan**

Raksasa teknologi tidak bertanya kepada pelanggan “apa yang Anda inginkan?” melalui kelompok fokus tradisional. Mereka menemukan di mana tren sedang berkembang (teknologi baru apa yang akan datang) dan menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan nyata tetapi tidak diminta oleh pelanggan karena pelanggan tidak tahu apa yang secara teknis mungkin dilakukan.

- **Budaya**

Lou Gerstner menyimpulkannya dalam buku klasiknya (*Who Says Elephants Can't Dance 4*). Gerstner menulis bahwa dia tahu sebelum memulai bahwa tantangan besar adalah mengubah budaya. Pada akhir ia w ritual yang mengubah budaya itu bukan salah satu dari banyak tantangan, itu tantangan.

- **CEO**

Inovasi transformasional yang nyata tidak dapat didelegasikan. Ini harus didorong dari atas. Semua contoh di atas menggambarkan hal ini.

Singkatnya, bank perlu bermitra dengan start-up FinTech untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang terintegrasi dan harus belajar dari para raksasa teknologi yang telah mengubah organisasi global mereka selama 20 tahun terakhir yang terancam oleh ledakan internet dan berhasil dengan menciptakan kembali diri.

10.7

Model Hybrid Pada Banktech

Saat ini pelanggan mengharapkan layanan keuangan yang lebih inovatif, lebih cepat, dan efisien dalam hal uang dan kecepatan. Komisi transfer internasional hingga 8% dan beberapa hari menunggu uang sendiri tidak dapat diterima di dunia komunikasi real time. Namun, bank tradisional telah gagal menyediakan layanan ini karena persyaratan peraturan yang terlalu ketat dan sistem perbankan warisan yang tidak fleksibel dan lambat beradaptasi. Di satu sisi, krisis keuangan yang berulang pada abad terakhir (beberapa di antaranya disebabkan langsung oleh industri perbankan) menyebabkan

pemerintah mengeluarkan regulasi perbankan yang lebih ketat . Bank harus menerapkan ini secara internal, mengatur ulang semua proses di sekitar mereka dan dengan demikian menyisakan sedikit waktu untuk fokus pada inovasi.

Di sisi lain, core banking system yang berasal dari tahun 1960-an - 70-an kurang memiliki ketangkasan yang diperlukan untuk memungkinkan pengembangan layanan inovatif yang telah lama didambakan dan diharapkan oleh pelanggan dari penyedia layanan mana pun. Bank telah terjebak dalam mengatasi biaya operasi yang tinggi, kesenjangan fungsional , kelincihan yang rendah dari sistem mereka, struktur infrastruktur TI yang belum matang, proyek TI yang mahal karena redundansi, inkonsistensi, dan ketergantungan deduksi yang tidak disengaja di seluruh lini produk dan saluran akses, serta berbagai variasi. berbagai teknologi yang digunakan.

Sementara beberapa institusi telah mempertimbangkan untuk memperbaiki sistem perbankan inti dan middleware mereka dari awal, biaya tinggi dan waktu tunggu yang lama telah menghalangi mereka untuk melakukannya sejauh ini. Ini telah mengarahkan bank untuk menyediakan klien dengan apa yang mereka mampu dan tidak dengan apa yang diinginkan pelanggan. Saat ini, konsumen menghabiskan lebih banyak waktu hanya dan memperoleh kemampuan untuk membandingkan dan memilih layanan keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dalam beberapa klik. Mereka menginginkan layanan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah . Dalam konteks ini, kategori baru start-up telah muncul yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal layanan keuangan, tidak hanya dengan memberikan pengalaman yang lebih berpusat pada pelanggan tetapi juga dengan mengadopsi model bisnis baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan. gaya hidup pelanggan. Untuk contoh, beberapa pengiriman uang compani internasional es sekarang biaya biaya tetap rendah untuk membuat seluruh dunia mentransfer, tidak peduli seberapa tinggi jumlah yang ditransfer sementara yang lain telah memutuskan untuk mengenakan biaya variabel rendah tergantung pada jumlah.

Survei Viacom Media tahun 2014 menyatakan bahwa 53% nasabah tidak menganggap bank mereka menawarkan sesuatu yang berbeda dari bank lain, sehingga mengakibatkan tingkat perpindahan yang rendah dari satu bank ke bank lain. Sejauh ini, konsumen kebanyakan bertukar rekening bank yang didorong oleh perubahan hidup seperti memulai universitas, menikah, atau mendaftar untuk mendapatkan hipotek. Namun, hal ini mungkin berubah dalam waktu dekat dengan kedatangan layanan keuangan baru dan neo-bank dengan penawaran yang lebih inovatif dan berbeda dibandingkan bank tradisional.

Sementara pemerintah berupaya mempermudah konsumen untuk berpindah rekening bank, bank harus fokus untuk menyediakan layanan yang berpusat pada pelanggan kepada klien mereka yang mereka rindukan dan pada akhirnya akan mencari di bank lain. Tapi di area mana bank harus fokus? Orientasi yang lancar, pembayaran cepat dan lancar, perbankan 24/7, perbankan seluler, ekonomi berbagi, peluang investasi alternatif, atau mata uang digital adalah beberapa opsi. Semakin tinggi rasa sakit yang dirasakan pelanggan, semakin berhasil tawaran menyelesaikannya.

Integrasi layanan keuangan tanpa hambatan ke dalam gaya hidup digital kehidupan nasabah merupakan tantangan teknis yang harus dihadapi bank untuk menghadapi tantangan masa depan. Bank perlu bertindak dan berpikir sebagai perusahaan FinTech dan tidak hanya sebagai pendorong FinTech dengan mengadopsi pendekatan budaya langsung. Startup FinTech telah menantang dan menghidupkan kembali semua aspek sektor perbankan selama beberapa tahun terakhir. Apakah perbankan sedang

mengalami serangan? Kebanyakan bank berpikir demikian. Namun, sementara industri perbankan sedang mempersiapkan atomisasi layanan keuangan, kami di Fidor, telah berpikir sedikit berbeda. Kami tidak percaya bahwa di dunia di mana pengalaman yang berpusat pada pelanggan adalah kuncinya, klien harus berpindah dari satu aplikasi ke aplikasi lain untuk menggunakan layanan keuangan yang mereka butuhkan atau menghabiskan beberapa jam setiap bulan untuk mendamaikan aliran uang mereka dari berbagai aplikasi dan penawaran. .

Selama beberapa tahun terakhir, kami telah bekerja untuk membangun model perbankan hybrid , di mana kami fokus pada apa yang kami lakukan terbaik dan bermitra dengan perusahaan FinTech untuk sisanya dengan tujuan menawarkan layanan keuangan terbaik kepada klien kami dari satu platform, terlepas dari siapa penyedia itu. Kami juga telah memposisikan diri sebagai pengaktif gema FinT melalui arsitektur API terbuka , fidorOS, platform perbankan baru yang dengan mulus menjembatani tradisional (akun, setoran, transfer, pinjaman, dll.) Dan layanan perbankan baru (peer-to-peer, crowdfunding, mata uang kripto dll.). Melalui platform perbankan ini, kami mengizinkan perusahaan FinTech untuk mengembangkan penawaran layanan keuangan mereka sendiri. Sementara fidorOS menjalankan fungsi sistem perbankan inti, ia sebenarnya dibangun sedemikian rupa sehingga dapat berjalan di atas sistem perbankan inti lama yang ada.

Ini secara efektif memberi setiap pengguna, baik itu bank, telekomunikasi, atau firma FinTech, kemampuan untuk meluncurkan layanan keuangan baru dengan cepat tanpa beban untuk memelihara dan berinvestasi ke dalam sistem warisan yang sangat mahal di banyak negara. Model hybrid ini memungkinkan bank untuk memenuhi dua tujuan. Pertama, ini memberikan pengalaman pusat pelanggan yang lebih baik kepada klien kami dan menjangkau audiens baru, bertindak sebagai pendorong bagi perusahaan FinTech yang menargetkan audiens ini. Karena lebih cepat untuk menerapkan t han untuk mengubah sistem perbankan warisan inti mereka, FinTech bisa menjadi kesempatan bagi bank untuk serv e klien mereka lebih baik melalui solusi putih-label atau rujukan perjanjian. Bayangkan pasar perbankan satu atap di mana klien dapat menggunakan layanan perbankan terbaik, tercepat, dan termurah, terlepas dari penyedia. Bank akan terus menawarkan layanan terbaik mereka dan sisanya mengandalkan FinTech. Misalnya, platform Fidor menawarkan tiga lapisan pinjaman yang berbeda:

- Lapisan pertama terdiri dari overdraft tradisional yang disediakan oleh Fidor di mana Fidor menghasilkan pendapatan melalui bunga yang dibayarkan oleh pelanggan.
- Lapisan kedua terdiri dari pinjaman peer-to-peer di mana Fidor memanfaatkan komunitasnya yang memungkinkan pelanggan Fidor untuk meningkatkan dan meminjamkan uang dari dan kepada pelanggan Fidor lainnya yang menegosiasikan suku bunga secara langsung dengan mereka dan memberikan komisi kepada Fidor untuk menggunakan layanan.
- Lapisan ketiga dan terakhir adalah integrasi dari platform pinjaman P2P lainnya, seperti SMAVA, platform pinjaman P2P Jerman terbesar, yang memungkinkan pelanggan Fidor meminjam uang dalam jumlah yang lebih besar dari beberapa pengguna SMAVA secara bersamaan. Fidor mendapatkan komisi untuk mengirimkan kliennya ke SMAVA.

Ide utama di balik ini adalah untuk membuat dan menawarkan sejumlah opsi termasuk penawaran kepemilikan dan pihak ketiga (buka bank arsitektur) alih-alih membatasi klien untuk membuat aplikasi formal untuk satu penawaran produk bank tanpa alternatif untuk itu. Fidor telah memposisikan dirinya sebagai agregator dari layanan keuangan ini - menggabungkan kembali “layanan keuangan yang tidak terikat”.

Sementara itu, bank juga dapat menaklukkan segmen pelanggan baru, yang berfungsi sebagai tulang punggung bagi perusahaan FinTech yang menangani pasar yang kurang terlayani oleh bank (unbanked, kids, start-up, digital natives, dll.). Mari kita gambarkan model ini dengan contoh hubungan antara MVNO (operator jaringan virtual seluler) dan perusahaan telekomunikasi tradisional. MVNO adalah operator telekomunikasi yang menggunakan infrastruktur perusahaan telekomunikasi tradisional untuk beroperasi. Mereka muncul pada akhir 1990-an karena dua alasan, bergantung pada lingkungan pasar negara. Di satu sisi, beberapa pemerintah ingin meningkatkan persaingan di industri telekomunikasi dan memaksa perusahaan telekomunikasi untuk membuka infrastrukturnya bagi mereka. Di negara lain, perusahaan telekomunikasi sendiri mendorong kedatangan mereka karena mereka memiliki menit grosir yang ingin mereka penuhi. Perusahaan telekomunikasi telah meminjamkan infrastruktur mereka kepada MVNO hampir tanpa biaya tambahan untuk mereka.

Sejumlah besar MVNO telah berfokus pada segmen pasar khusus dengan kebutuhan khusus seperti komunitas ekspatriat, UKM, dan / atau orang-orang yang berorientasi model atau berbiaya rendah atau prabayar. Jika kita menerapkan model ini pada perbankan, bank akan meminjamkan infrastruktur perbankan inti dan middleware mereka dan terkadang izin perbankan kepada perusahaan FinTech agar mereka dapat beroperasi sementara secara tidak langsung menjangkau audien nces baru yang belum dapat mereka layani di masa lalu. Hal yang sangat penting untuk dikemukakan adalah bahwa sementara perusahaan FinTech telah menciptakan kembali layanan keuangan menuju pengalaman yang lebih terpusat pada kusto , beberapa perusahaan FinTech tidak akan dapat melakukannya tanpa dukungan bank. Secara khusus kita dapat memikirkan perusahaan transfer uang dan perbankan digital front-end ferings seperti Simple atau Moven di AS. Perusahaan FinTech ini telah berhasil mengatasi masalah tertentu yang dialami oleh klien seputar layanan keuangan tertentu atau menangani pasar sasaran tertentu atau keduanya. Secara khusus, beberapa dari mereka telah menargetkan audiens yang secara historis kurang terlayani oleh bank seperti kaum muda, mereka yang tidak memiliki rekening bank, UKM atau digital natives. Bank telah melayaninya karena berbagai alasan - khalayak ini dianggap terlalu berisiko, tidak strategis, atau bank tidak tahu bagaimana menanganinya. Meminjamkan infrastruktur mereka kepada perusahaan FinTech adalah cara yang baik bagi bank untuk menjangkau khalayak ini secara tidak langsung.

Era baru hubungan simbiosis bank-FinTech akan segera muncul, di mana bank tidak hanya akan menyediakan infrastruktur tulang punggung bagi perusahaan FinTech untuk beroperasi tetapi juga mengandalkan mereka untuk melayani klien dengan lebih baik. Menurut CEO JP Morgan, Jamie Dimon: “Kami akan bekerja keras untuk membuat layanan kami mulus dan kompetitif seperti milik mereka. Dan kami juga benar-benar nyaman dengan proses yang masuk akal. “Tampaknya beberapa bank telah menyadari potensi model hybrid ini.

10.8 Dampak Fintech Pada Perbankan Ritel, Universal Hingga Vertikalisasi

Gelombang gangguan digital telah tiba dan melanda industri perbankan dan jasa keuangan. Ini bukan hanya perubahan teknologi besar, atau penambahan saluran baru, ini adalah perombakan mendalam dari keseluruhan model perbankan dan seluruh struktur pasar akan berubah. Penetapan harga dan

pendapatan, pengalaman pelanggan, model produk dan distribusi yang di atasnya model banking universal telah dikandung dalam abad terakhir sedang ditantang seperti sebelumnya. Pada 2015, mantan CEO Barclays Antony Jenkins mengklaim bahwa “model bank universal sudah mati” dan CEO JPMorgan Chase Jamie Dimon memperingatkan komunitas keuangan bahwa “Silicon Valley akan datang” ... jadi apa yang terjadi? Intinya adalah bahwa bank tradisional belum mampu menghadapi dua kekuatan eksternal utama yang mengganggu secara bersamaan:

1. Perubahan regulasi
2. Perubahan kebiasaan konsumen (dan teknologi).

Kedua faktor itu berkorelasi erat, bekerja sama untuk membuat gambaran yang lebih buruk.

Pertama, sejak krisis keuangan regulasi perbankan semakin ketat. Baru modal dan likuiditas persyaratan telah diajukan. Aset perbankan telah diteliti dengan cermat melalui uji stres. Banyak bank besar telah didenda karena perilaku tidak kompetitif dan tidak adil. Ini memiliki dua dampak besar:

- Bank telah berfokus pada masalah regulasi yang berat daripada menghadapi tantangan pasar baru.
- Biaya kepatuhan dan regulasi sangat tinggi - Lab Inovasi FinTech Accenture memperkirakan bahwa sebagian besar bank terkemuka telah membelanjakan 70 sen dolar untuk kepatuhan dan regulasi.

Kedua, pertumbuhan eksponensial ekonomi digital telah mengubah kebiasaan konsumen dan platform teknologi. Perkembangan saluran digital tidak hanya meningkatkan ekspektasi pelanggan, “dimanjakan” oleh standar pengalaman pengguna Amazon, Apple, PayPal, dan Google, tetapi telah secara signifikan mengubah cara pelanggan melihat dan menggunakan saluran dan produk perbankan. Hal ini semakin meningkatkan biaya TI di satu sisi dan membuat saluran distribusi inti tradisional - cabang - menjadi terlalu besar dengan faktor 2:1.

Faktor regulasi dan digital yang sama bersama - sama memainkan peran penting dalam menekan pendapatan perbankan ritel, yang utamanya adalah permintaan aksesibilitas dan transparansi yang lebih besar. Akibatnya, terjadi peningkatan struktural yang signifikan dalam biaya operasi dan tekanan pada keuntungan. Misalnya, biaya administrasi rata-rata per karyawan dari bank-bank besar Eropa telah meningkat sebesar 68% dalam sepuluh tahun dari tahun 2003 hingga 2013, meskipun telah dilakukan rencana pengurangan biaya. Lebih dari 250.000 orang telah di-PHK oleh sektor tersebut di Eropa selama tujuh tahun terakhir, tetapi itu mungkin tidak cukup.

Industri perbankan ritel masih berjuang untuk mengubah model operasi dan jejak distribusinya. Saluran digital dibangun di atas kerangka kerja TI warisan yang tidak fleksibel dan mengakibatkan peningkatan biaya dan kerumitan, dan ini pada akhirnya menciptakan warisan tambahan. Bank mengandalkan sistem dan arsitektur IT kuno dengan penawaran produk yang sangat kompleks. Akibatnya diperkirakan TI mewakili 14% dari biaya perbankan, diperkirakan \$ 461 miliar pada tahun 2014, tetapi pada saat yang sama 75% ini hanya untuk pemeliharaan.

Selain itu, bank cenderung mempertahankan pendekatan yang berfokus pada cabang, daripada bergerak dengan kecepatan penuh ke arsitektur omni-channel digital baru. 25 bank global teratas membelanjakan lebih banyak untuk jaringan cabang mereka daripada 25 perusahaan teknologi global

teratas untuk R&D dengan rasio 2:1. Jadi, meskipun bank memiliki cukup uang untuk mengubah model bisnis mereka, mereka tidak mengambil jalan ini. Karena mengkanibal saluran milik mereka sendiri, kerumitan portofolio layanan dan produk mereka, serta tantangan organisasi dan TI yang signifikan, mereka lebih suka berinovasi dalam langkah-langkah kecil daripada lompatan besar.

Namun, kenyataannya adalah bahwa model layanan penuh tidak lagi menjadi jawaban yang layak untuk permintaan pasar - pemikiran dan perencanaan yang lebih radikal diperlukan. Untuk menyeberangi jurang yang semakin lebar di depan tepian, sedikit anak tangga tidak akan cukup.

FinTech: Bangkitnya Perbankan Generasi Baru

Persaingan digital baru telah berkembang, di bawah label “FinTech”. Persaingan digital dan pesaing baru non-tradisional mencoba untuk mengeksploitasi semua ini, mulai mengambil peluang bisnis dari bank incumbent, menargetkan lini bisnis tertentu, memisahkan mereka, byp assing player tradisional, dan menciptakan marketplace baru. Diperkirakan pada tahun 2014 sektor FinTech baru telah menerima investasi sebesar \$ 12 miliar (+ 300% vs. 2013). Di AS sendiri, investasi FinTech melonjak menjadi \$ 9,9 miliar pada 2014 dan pada 2015 terus tumbuh. Angellist telah mendaftarkan 3.800 perusahaan baru FinTech, mencoba mendapatkan bisnis dari pemain layanan keuangan tradisional. Sementara bank universal yang sedang menjabat tampaknya menarik diri dari rencana ekspansi global (lihat pengumuman baru-baru ini oleh HSBC, Barclays, dan Deutsche Bank) pendatang baru digital dapat berhasil menantang status quo dengan menciptakan model bisnis baru yang efisien yang berfokus pada area perbankan tertentu. Mereka dapat memisahkan dan memecah sektor perbankan ritel menjadi segmen layanan dan produk yang berbeda.

Misalnya, di Eropa Anda tidak memerlukan bank untuk mengelola transaksi Anda. Anda dapat membuka rekening pembayaran/uang elektronik dengan kartu prabayar/debit di Lembaga Pembayaran atau Lembaga Uang Elektronik. Di AS, pemain seperti Simple atau Moven menawarkan akun mobile banking tanpa perlu memiliki piagam perbankan. Selain itu, “Perbankan Bayangan” (didefinisikan sebagai perantara keuangan yang terlibat dalam memfasilitasi penciptaan kredit di seluruh sistem keuangan global, tetapi anggotanya tidak tunduk pada pengawasan peraturan – sistem perbankan bayangan juga mengacu pada kegiatan yang tidak diatur oleh lembaga yang diatur) tumbuh, dan diperkirakan bernilai \$71tn. Dana pensiun dan perusahaan pengelola aset menggantikan bank tradisional dalam pembiayaan pasar modal korporasi. Versi baru, bahkan hibrida, alternatif pendanaan dan pinjaman berkembang hampir di mana-mana.

Bank-bank universal, dengan persyaratan peraturan modal dan ATMR (aset tertimbang menurut risiko) yang ketat dan saham NPL (pinjaman bermasalah) yang tinggi, kehilangan pijakan bagi pemain baru dalam menyediakan pembiayaan dan permodalan. Pemisahan model bank universal layanan penuh sudah terjadi. Semua komponen perbankan ritel berisiko di sini. Dari pembayaran dan transaksi hingga investasi dan perdagangan, dari pinjaman hingga penilaian risiko, dari layanan perbankan bisnis kecil hingga pendanaan dan pengumpulan modal. McKinsey memperkirakan bahwa 52% dari pendapatan perbankan ritel berisiko, yang diakibatkan oleh perusahaan rintisan FinTech. The segmen yang paling berisiko seperti yang diidentifikasi oleh McKinsey adalah sektor makro-vertikal seperti transaksi pembayaran (TRANSAKSI nal), Investasi, dan Pembiayaan.

Setiap vertikal merupakan cluster besar yang terdiri dari beberapa sub-segmen dan di setiap segmen vertikal ada penantang FinTech yang berada di posisi yang tepat untuk mengambil bisnis dari bank ritel tradisional dan lama. Setiap segmen memiliki penantang masing-masing, mulai dari Lending Club hingga Kickstarter, dari Wealthfront hingga Dwolla, dari TransferWise hingga Kabbage. IPO Lending Club membuat sejarah di akhir tahun 2014 yang mewakili gelombang pertama “unicorn” FinTech yang siap terwujud.

Untuk memasuki pasar, pelaku vertikal B2C ini berhasil meluncurkan layanan nilai tambah baru. Untuk melakukannya, mereka dapat berkolaborasi dengan penyedia solusi B2B FinTech baru yang dapat membantu memberikan pengalaman pengguna fronting digital (UX) baru dan middleware / back end stack (yaitu penyedia lintas platform), yang dapat digunakan oleh berbagai Pemain B2C FinTech. Sebagai hasilnya, perbankan ritel seluruh rantai nilai sedang digitalisasi oleh entri baru NTS. Ini dimaksudkan dengan skema Vertikalisasi di atas .

Vertikal Segmen # 1: Transaksional Layanan

Cluster ini mencakup sejumlah besar layanan pembayaran dan menurut McKinsey dapat menyumbang hingga 15% dari pendapatan bisnis ritel global yang diserang oleh perusahaan FinTech. Pemain baru termasuk penyedia layanan e-banking / transaksional seperti Moven untuk mengirim uang dan layanan pengiriman uang lintas batas seperti TransferWise, perusahaan pembayaran POS seperti i-Zettle hingga platform pembayaran digital e-commerce seperti Stripe, untuk menyebutkan hanya beberapa. TransferWise, Square, Stripe, dan i-Zettle semuanya termasuk dalam apa yang disebut “unicorn” dengan penilaian setidaknya \$ 1 miliar pada Mei 2015 menurut Finovate.

Layanan transaksional telah menjadi salah satu segmen pertama yang harus dipisahkan. Melihat skema kartu kredit atau di PayPal (mungkin adalah perusahaan FinTech pertama), orang akan menyadari bahwa bank telah kehilangan kendali. Pemain baru tumbuh, misalnya Venmo, sebuah aplikasi pembayaran, mentransfer \$ 1,3 miliar pada kuartal pertama 2015. Namun, ini masih kecil jika dibandingkan dengan nilai transaksi PayPal sebesar \$ 230 miliar selama 2014. Komponen lain dari vertikal bisnis transaksional adalah mata uang digital seperti bitcoin. Jelas bahwa pembayaran lintas batas waktu nyata adalah kebutuhan utama yang ditimbulkan oleh digitalisasi perdagangan dan kebiasaan konsumen yang belum dapat dipenuhi dengan baik oleh bank. Para ahli teknologi terkemuka fokus pada segmen ini untuk menyediakan layanan keuangan tanpa menjadi bank. Facebook telah meluncurkan platform sendiri pembayaran P2P. Kami akan menyaksikan dalam beberapa tahun ke depan proses “Whatsappization” pengiriman uang dan pengiriman uang tanpa gesekan, semudah mengirim teks. Di Eropa, pengenalan undang-undang Petunjuk Layanan Pembayaran 2 (PSD2) dan penyedia pembayaran pihak ketiga akan semakin membuka pasar, membiarkan pemain non-bank memiliki akses ke rekening bank customers. Sofort, perusahaan Jerman yang diakuisisi Klarna, sudah mengembangkan layanan baru di sektor ini.

Tumpukan layanan bernilai tambah baru disediakan dalam kombinasi dengan pembayaran: agregator akun, layanan manajemen portofolio (PMS) dan perangkat lunak penganggaran, dan bentuk pertukaran mata uang digital, untuk menyebutkan beberapa. Mereka dapat ditargetkan untuk meningkatkan UX atau memfasilitasi pertukaran dan akan lebih ditingkatkan saat pasar terbuka.

Segmen Vertikal # 2: Berinvestasi

Platform Robo-advisory (investasi digital) menjadi lebih terlihat. Wealthfront and Betterment adalah yang paling terkenal di AS, dengan sekitar \$ 4 miliar kumpulan yang dikelola, dan Nutmeg di Inggris. Di cluster ini ada banyak pemain. Tak satu pun dari mereka telah mencapai tingkat “unicorn” tetapi ada beberapa yang sudah mendekati ambang \$ 1 miliar yang dipimpin oleh Wealthfront dan Terment Taruhan. Ini adalah segmen yang diperkirakan akan meledak seperti yang diperkirakan oleh AT Kearney bahwa penasihat robo akan menjalankan \$ 2 triliun per aset yang dikelola pada tahun 2020, didorong juga oleh inisiatif dari pemain tradisional besar seperti Charles Schwab dengan peluncuran “ Intelligent Portfolios ”platform, peluncuran saran online Vanguard , akuisisi Fidelity atas E-Money dan sebagainya. Selain itu, platform perdagangan tunggal petahana sedang ditantang oleh pemain digital baru seperti pialang online Robinhood di AS dan eToro di Eropa, di antara banyak lainnya. Cara-cara baru untuk memotong biaya / kinerja terbaik dan solusi perdagangan yang diberdayakan secara sosial dan komunitas sedang bermunculan dan akan menantang pemain lama besar.

Tujuan keseluruhan di sini adalah aksesibilitas panduan investasi ke khalayak yang lebih luas. Mendapatkan penasihat keuangan independen tidaklah mudah (Anda perlu memiliki modal minimum untuk berinvestasi) dan itu mahal, sepuluh diwakili oleh biaya manajemen tahunan sebesar 1% berdasarkan total aset Anda. Perdagangan online juga bisa mahal dan telah dibangun untuk pedagang besar yang sering dianggap sebagai investor / pedagang ahli. Platform digital baru menjanjikan demokratisasi, yang secara signifikan menurunkan biaya manajemen aset dan perdagangan, serta membekali pelanggan dengan solusi yang mudah digunakan dan perangkat lunak berbasis perilaku sosial.

Bisnis yang dipertaruhkan di sini berpotensi besar. Evolusi kebijakan kesejahteraan sosial dan dampaknya pada pensiun dan pensiun akan semakin meningkatkan potensi pasar, membuka kemungkinan tambahan, seperti yang terjadi di Inggris dengan reformasi skema pensiun baru - baru ini. Ada dua pertanyaan utama:

- Akankah vertikal ini dapat berkembang secara internal, karena manajemen aset dan undang-undang penasihat investasi mungkin berbeda secara geografis?
- Akankah platform khusus digital diganti atau ditantang oleh antarmuka digital dan manusia hibrid (seperti Personal Capital di AS)?

Ini adalah vertikal di mana pemain lama tampaknya bertindak lebih cepat, setidaknya di AS, terhadap ancaman dari start-up FinTech dan seluruh pasar, terutama konsumen, dapat memperoleh keuntungan yang luar biasa dari persaingan kompetitif seperti itu. Vertikal ini juga memicu pertumbuhan alat perangkat lunak dengan nilai tambah tambahan, dari perencanaan keuangan pribadi hingga pengoptimalan pajak, dari e-learning / game hingga analitik data besar.

Di sini juga seluruh tumpukan sedang direvolusi oleh antarmuka yang dipimpin pengalaman pengguna tanpa gesekan tambahan serta analitik dan mesin yang digerakkan oleh pelanggan.

Segmen Vertikal # 3: Pembiayaan

Makro-cluster ketiga adalah tentang pembiayaan dan peningkatan modal. Bank incumbent tradisional sedang berjuang untuk menyediakan modal dan pilihan pembiayaan yang dibutuhkan untuk usaha kecil dan konsumen. Permintaan modal yang berubah, kerangka pengukuran risiko, dan persyaratan peraturan baru membuat hal ini jauh lebih sulit.

Di sisi lain, start-up FinTech berhasil membuat terobosan, dengan munculnya crowdfunding, keuangan alternatif, dan platform pinjaman P2P pasar. Ini adalah satu-satunya segmen di mana dua perusahaan baru telah go public, dengan Lending Club dan OnDeck di AS, dan sudah menyumbang 10 “unicorn”. Solusi keuangan alternatif berkembang pesat - di AS, pinjaman baru Klub Pinjaman pada tahun 2014 mencapai \$ 3 miliar dengan pertumbuhan + 265% dibandingkan tahun 2013. Laporan E&Y dan Universitas Cambridge menegaskan bahwa ini adalah tentang alternatif tingkat pertumbuhan yang sama pemain keuangan berpengalaman di Eropa antara tahun 2012 dan 2014.

Meskipun model bisnis asli dari platform pinjaman peer-to-peer (P2P) telah difokuskan pada disintermediasi bank untuk menawarkan pengembalian yang lebih tinggi kepada investor sambil menawarkan suku bunga yang lebih menarik kepada peminjam, lembaga keuangan telah memasuki kembali pasar P2P. Misalnya, sekitar 80% pendanaan Lending Club tidak lagi berasal dari rekan/konsumen tetapi dari investor institusi dan bahkan modal ventura untuk mencari hasil yang lebih tinggi. Jadi lebih terlihat seperti pinjaman alternatif untuk institusi daripada bisnis person-to-person/peer-to-peer (P2P). Pada saat yang sama platform crowdfunding seperti Kickstarter dan Indigogo menyediakan modal alternatif untuk usaha kecil yang dibiayai oleh investor individu. Selain itu, kita dapat melihat munculnya platform hibrida B2B tambahan seperti sindikat malaikat bisnis terbatas seperti OurCrowd atau AngelList. Ini mungkin vertikal dengan bentuk disintermediasi perbankan tradisional yang paling tinggi. Kami juga mulai melihat apa yang kemungkinan akan menjadi “FinTech 2.0”, yaitu fase kedua FinTech di mana bank dan perusahaan rintisan penantang bekerja sama untuk membangun penawaran gabungan.

Tren ini sudah dimulai, sering disebut sebagai kooptasi, kombinasi yang diperlukan antara kompetisi dan kolaborasi untuk keuntungan kedua mitra. Di Inggris, misalnya, Santander dan RBS telah menjalin aliansi komersial dengan Funding Circle, platform pinjaman P2P. Klien bisnis kecil mereka yang mencari pembiayaan akan ditawarkan akses ke platform investor Funding Circle. Contoh lain adalah start-up InvestUp crowdfunding FinTech yang berbasis di London, yang saat ini menjalankan uji coba dengan dua dari enam bank teratas di Inggris.

Vertikal Segmen # 4: Crosssoftware Platform

Tumpukan horizontal terakhir dari skema Vertikalisasi yang diusulkan terdiri dari platform lintas perangkat lunak yang akan dibutuhkan di seluruh segmen. Kenali Pelanggan Anda (KYC) dan manajemen identitas akan menjadi kunci di masa depan perbankan untuk memastikan bahwa desain on-boarding dan pengalaman pengguna yang mulus didukung oleh sistem antipenipuan dan otentikasi ID yang solid. Platform middleware API akan menjadi kunci untuk membuka, mengembangkan, dan memperkaya layanan online secara efisien.

Sistem perbankan inti baru, seringkali berbasis cloud, sedang dikembangkan dan ini dapat membuka skenario kompetitif baru seperti perusahaan FinTech yang mengajukan izin perbankan atau bank mendigitalkan bisnis inti mereka. Pembiayaan perdagangan lintas batas, alat pembayaran, dan jaringan perlu dikembangkan untuk memungkinkan digitalisasi layanan keuangan. Data besar dan kemampuan analitik baru diperlukan untuk mengekstrak nilai dan mempersonalisasi segmentasi pelanggan dan layanan di semua segmen yang tidak dibundel. Ini menciptakan perkembangan luar biasa dari kemampuan perangkat lunak baru di seluruh bidang yang akan berdampak pada seluruh sektor keuangan.

Akankah FinTech Berhasil? Bagaimana Seharusnya Bank Menanggapi?

Bank perlu bereaksi. Beberapa akan menanggapi dengan tepat - banyak pemain jasa keuangan yang sudah mapan sudah berinvestasi besar-besaran ke sektor FinTech - beberapa tidak dan akan terlambat. Akankah start-up FinTech menggantikan bank? Akankah semua penawaran layanan difokuskan pada vertikal saja, menghilangkan kebutuhan akan bank universal? Tidak - setidaknya tidak dalam 15-20 tahun mendatang.

Ada alasan mengapa belum ada Facebook banking atau bank ritel global. Persyaratan modal sangat sulit dan pengaturannya rumit. Ini bukan alasan untuk tidak mendigitalkan bisnis. Bank harus menjadi "bank FinTech" dalam 5–10 tahun jika mereka ingin bertahan, tetapi mengubah bisnis keuangan global menjadi pemain digital tidaklah mudah. Akan ada aktivitas M&A tingkat tinggi di antara bank-bank tradisional dan seleksi alam yang sangat kuat di antara perusahaan rintisan FinTech juga, seperti di setiap tahap perusahaan kreatif pasca-Schumpeterian. Dan akan ada banyak disintermediasi, kolaborasi, dan kooptasi di antara bank, antara bank dan perusahaan FinTech, dan di antara bisnis FinTech juga. Akibatnya, akan ada model bisnis berbeda yang hidup berdampingan di pasar. Bank harus beralih dari sekadar inkubasi atau mendanai start-up menjadi mengakuisisi beberapa dari mereka, membiarkan mereka memimpin dan secara digital mengubah segmen vertikal yang menjadi fokus mereka untuk seluruh bank. Ingatlah bahwa bank pada dasarnya adalah perusahaan IT, yang menangani uang dan data. Akankah mereka mengingat ini?

Pada saat yang sama, bank harus memilih apa yang harus diserahkan untuk menyederhanakan operasi dan rangkaian produk mereka. Tidak ada cara lain - baik Anda berubah dan merampingkan atau mati dalam jangka panjang. Dengan cara ini, bank dapat dengan mudah melakukan outsourcing untuk beberapa produk mereka, mengoptimalkan rantai nilai mereka dan lebih berfokus pada pemeriksaan KYC terintegrasi, pengiriman omni-channel, dan hubungan pelanggan dan penawaran layanan yang dipersonalisasi secara nyata. Seperti yang terjadi di arena pinjaman P2P, bank dapat membuat pasarnya sendiri, bekerja sama dengan perusahaan FinTech; mereka dapat menghubungkan investor dengan peminjam, menghubungkan penawaran dengan permintaan. Perusahaan FinTech, di sisi lain, harus memutuskan apakah mereka ingin berkolaborasi dengan bank atau melakukannya sendiri. Mereka dapat fokus pada B2C langsung tetapi juga strategi masuk dan masuk B2B2C tidak langsung dengan menawarkan solusi berlabel putih dari layanan mereka ke basis dan basis pelanggannya. Ini harus dikelola dengan hati-hati agar tidak mengganggu perusahaan FinTech dari konsumennya sendiri dan rute langsungnya ke strategi pasar jika diinginkan. Di sisi lain, jika firma FinTech ingin mencapai skala dan pengalaman nyata, mereka mungkin memerlukan beberapa kemitraan utama dengan pemain yang sudah mapan. Bank memiliki klien. Perusahaan FinTech memiliki teknologi baru dan pola pikir yang benar. Akankah mereka bekerja untuk mencapai hasil yang sama-sama menguntungkan? Kenapa tidak?

Jika mereka melakukannya, kita dapat melihat ekspansi internasional yang lebih cepat di sektor ini, dengan perusahaan FinTech yang lebih cerdas memilih mitra perbankan lokal mereka. Bank dan raksasa teknologi besar dapat memutuskan untuk melakukan ekspansi secara internasional bukan sebagai model bank universal tetapi dengan memilih layanan vertikal yang paling efisien dan efisien. Singkatnya, ada cukup ruang untuk beragam model dan pemain bisnis. Satu hal yang pasti: layanan keuangan akan berubah selamanya dan menjadi lebih baik.

Bab-bab sebelumnya mengartikulasikan pentingnya menghubungkan pemain jasa keuangan mapan dan perusahaan FinTech melalui Antarmuka Pemrograman Aplikasi, yang dikenal sebagai API. Bab ini akan memberikan detail untuk memahami sepenuhnya ekonomi API. Ekonomi yang terhubung mengubah cara bisnis berinovasi. Cari tahu apa artinya bagi Anda dan bagaimana bergabung dengan revolusi.

Ekonomi API: Membantu Perusahaan Jasa Keuangan Membangun Produk yang Lebih Baik

Pasar dan industri berubah lebih cepat dari sebelumnya. Disrupsi memiliki banyak bentuk dan bisnis harus bergulat dengan “dilema inovator”: bagaimana mengatur kecepatan perubahan tanpa tersandung pada warisan masa lalu. Mereka perlu merangkul teknologi baru dengan bijak untuk berinovasi cepat dengan biaya rendah dan risiko rendah. Antarmuka Program Aplikasi (API) menawarkan cara yang ampuh untuk melakukan ini.

Nilai Bisnis API

Semakin banyak perusahaan yang menggunakan API secara eksternal untuk mengubah cara mereka berinteraksi dengan pelanggan dan rantai pasokan mereka. Secara internal, mereka menggunakan API untuk mengubah cara departemen TI bekerja dengan bisnis lainnya. Poin utamanya adalah bahwa platform API dapat mengubah cara penyampaian TI dan inovasi bisnis. Tetapi tidak memerlukan perubahan besar-besaran atau program transformasi lima tahun. Sebagai gantinya, ambil beberapa langkah mudah pertama di awal menggunakan pendekatan API dan lanjutkan dengan cara yang gesit dan berulang.

Ekonomi API didasarkan pada empat blok bangunan: sosial, seluler, analitik, dan cloud. Aplikasi dan layanan dapat dihubungkan dengan cepat dan hemat biaya untuk menciptakan proposisi nilai yang diperluas. Misalnya, pembeli dan penjual dapat terhubung melalui pertukaran, di mana semua bagian dari rantai nilai berasal dari pihak yang terpisah dan dihubungkan melalui API untuk memfasilitasi transaksi ujung ke ujung.

Muncul dan Kebangkitan API

Sudah ada lebih dari 11.000 API publik dan mungkin sepuluh kali lipat lebih banyak API pribadi. Mereka memungkinkan pengembang untuk berbagi layanan dan data dengan mudah dan untuk membangun aplikasi yang terhubung ke layanan dan data orang-orangnya. Ini menciptakan model bisnis baru dan sumber nilai baru bagi perusahaan. Internet of Things (IoT), media sosial, perubahan dalam pengiriman TI, dan keinginan untuk pengalaman pelanggan multi-saluran akan mendorong pertumbuhan lebih lanjut dalam ekonomi API .

Semuanya Terhubung dengan Yang Lain

Untuk berpartisipasi dalam dunia digital baru, tanyakan tentang bisnis Anda sebagai salah satu dari banyak neuron yang berinteraksi satu sama lain dalam rantai nilai yang lebih luas. Anda tidak dapat mengharapkan untuk memiliki keseluruhan pengalaman konsumen atau untuk berpartisipasi dalam semua interaksi digital mereka. Jadi, pendekatan API memungkinkan Anda fokus pada apa yang Anda lakukan terbaik dan terhubung dengan orang lain untuk melakukan sisanya.

Mulai

Di masa lalu, jika perusahaan menemukan ceruk atau inefisiensi di pasar, mereka perlu membangun semua teknologi untuk menciptakan penawaran produk baru. Namun, menggunakan API memungkinkan mereka untuk mengambil kekayaan intelektual yang sudah ada sebelumnya dan menautkannya ke layanan baru, menghemat waktu dan uang, dan memungkinkan bisnis untuk membuat proposisi nilai baru atau memperluas yang sudah ada. Meskipun API telah tersedia selama bertahun-tahun, hanya API modern yang telah dirancang untuk dunia “pasang dan mainkan” saat ini.

Sederhananya, pada tingkat yang sangat dasar, hanya dengan melakukan bisnis untuk melakukan pembuatan prototipe yang lebih cepat, dengan biaya dan overhead yang rendah, adalah manfaat tersendiri. Biasanya pengembang yang bergabung, agensi kreatif, atau bahkan bekerja dengan mitra yang ada untuk melakukan eksperimen adalah urusan yang panjang dan mahal yang membuat bisnis frustrasi dengan kurangnya kelincahan. Membuat perubahan kecil pada cara Anda berpartisipasi, merancang, melaksanakan, dan mengatur memiliki dampak besar pada penghematan biaya dan kelincahan. Merangkul ekonomi API tidak semua tentang mengekspos API Anda secara eksternal. Ada keuntungan menggunakan model secara internal dan juga menerapkannya secara jelas dengan mitra. Bersiap saat model bisnis tepat dan cukup matang untuk bisnis Anda adalah bagian dari strategi kemenangan.

Platform API membantu Anda menghubungkan proses bisnis, layanan, konten, dan data Anda ke mitra, tim internal, dan pengembang independen dengan cara yang mudah dan aman.

Singkatnya, kami merekomendasikan:

- Memperkenalkan model API dalam langkah-langkah kecil;
- Pembuatan prototipe, pengembangan, dan pengujian yang cepat dan gesit menggunakan API;
- Mengeksplorasi pendekatan baru untuk pembangunan;
- Menyewa dan menggunakan platform manajemen API siap pakai.

Pendekatan ini memaksimalkan fleksibilitas dan tepuk tangan meriah sekaligus mengurangi risiko dan meminimalkan biaya.

Memahami API

API adalah singkatan dari antarmuka pemrograman aplikasi. Ini adalah cara bagi pengembang untuk mengakses layanan dan sumber daya dari perangkat lunak lain yang tidak mereka tulis. Misalnya, aplikasi web biasanya memiliki API yang memungkinkan aplikasi lain berintegrasi dengannya. Tetapi ini lebih dari sekedar middleware atau hanya sebuah gateway layanan.

Perusahaan merilis spesifikasi API-nya ke publik atau pihak ketiga yang dipilih sehingga pengembang lain dapat merancang produk yang sesuai dengannya. Ini menghubungkan perangkat, proses, layanan, dan perangkat lunak dalam ekosistem digital (lihat Gambar berikut).



Gambar: API di mana-mana

Nilai Bisnis API untuk Industri Jasa Keuangan

API terbuka atau publik adalah puncak gunung es; di sini banyak API lebih pribadi daripada yang umum. Dipicu oleh ponsel, awan, sosial, data besar, dan IOT, yang jumlah telah berkembang secara dramatis selama dekade terakhir. API menawarkan cara baru untuk membedakan diri Anda dan membangun keunggulan kompetitif dengan, misalnya:

- Mengintegrasikan konten dari mitra untuk menciptakan peluang jual-silang dan penjualan lebih;
- Menciptakan lini bisnis baru;
- Memperluas penawaran produk dengan menggunakan data perusahaan dengan cara baru;
- Memperkuat merek dengan memberikan pengalaman yang konsisten dan dipersonalisasi di berbagai titik kontak pelanggan;
- Mengaktifkan penggunaan kembali, sehingga integrasi mitra baru lebih cepat;
- Memberikan layanan secara internal dengan cara yang lebih efisien.

Model Bisnis API

API juga dapat menghasilkan uang secara langsung atau tidak langsung. Terdapat berbagai model bisnis untuk memilih dari:

- Gratis. Perusahaan dapat membuka API mereka untuk menilai pendapatan baru atau berbagi informasi secara luas. Misalnya, Transport for London's journey planner API atau Amazon's Product Advertising API yang memungkinkan orang mengiklankan produk Amazon di situs mereka sendiri.
- API adalah produknya. Perusahaan seperti Twilio dan Stitcher menjual jasa mereka untuk aplikasi lainnya pengembang secara eksklusif, melalui API: telepon internet dan instant messaging sebagai layanan dalam kasus dari Twilio dan internet pembayaran untuk Stripe.

- Pengembang membayar. Beberapa perusahaan menjual akses ke informasi mereka melalui API, baik dengan model pay as-you-go, dengan biaya transaksi, atau dengan biaya bulanan atau tahunan.
- Pengembang dibayar. Beberapa perusahaan memiliki pendapatan dengan pengembang. Untuk contoh, Saham Wali advertis ing pendapatan dengan pengembang dan Walgreens' QuickPrints API membayar percenta ge pendapatan untuk pengembang aplikasi yang menggunakan layanan pencetakan foto perusahaan melalui API.
- Akuisisi konten. Model akuisisi konten mengumpulkan data berharga untuk penggunaan bisnis seperti umpan balik, opini, atau konten. Misalnya, Flickr API memungkinkan orang mengunggah gambar ke situs.
- Sindikasi konten. Hal ini membuat konten dapat dipublikasikan oleh pihak ketiga seperti TripAdvisor API yang memungkinkan situs web perjalanan membagikan ulasan pengguna.

Pendorong Ekonomi API

Selama 15 tahun terakhir, API telah berkembang di mana-mana, tetapi kami tidak berpikir itu adalah akhir dari cerita. Faktanya, kita masih berada di awal ekonomi API. Empat hal-hal yang akan mendorong pertumbuhan di masa mendatang: IOT, media sosial, pengalaman konsisten di beberapa titik sentuh nasabah, dan ambisi departemen IT progresif untuk berkontribusi lebih langsung dalam pertumbuhan bisnis.

- Gartner memproyeksikan bahwa total nilai tambah ekonomi dari IoT akan mencapai \$ 1,9 triliun pada tahun 2020 di banyak - hampir semua - industri. Salep akhir IoT akan tumbuh pada 35,2% CAGR dari 2013 hingga 2020, mencapai basis terpasang 25,0 miliar unit. Pada tahun 2020, 8,3 miliar "barang" akan dikirimkan, dengan lebih dari setengahnya adalah aplikasi konsumen. IoT akan mendukung total pengeluaran layanan sekitar \$ 263 miliar pada tahun 2020.
- Ini adalah peluang besar (lihat Gambar berikut) dan d API sangat penting untuk mendapatkan hasil maksimal dari perangkat yang terhubung ke internet dan memanfaatkan peluang pasar ini.
- Media sosial. "Selama delapan tahun ke depan kita mungkin menyadari bahwa media sosial bukan hanya bagian dari teknologi lain yang mengubah dunia," tetapi, menurut Social3, " era baru yang sangat mirip dengan evolusi industri. Sementara revolusi industri mengubah cara kami memproduksi (paruh pertama bisnis), revolusi sosial mengubah cara kami menjual, memasarkan, melayani, dan memberikan solusi kami (paruh kedua bisnis). " Seiring tren ini terus berkembang, perusahaan akan menggunakan API untuk terlibat dengan media sosial, memahami peluang, dan mencari cara untuk menghasilkan uang darinya tanpa merusak merek mereka.
- Pengalaman pelanggan multi-saluran. Para pengusaha bisnis terus mencari cara baru untuk terlibat dengan pelanggan. Misalnya, pedagang sudah merangkul strategi multi- atau omni-saluran yang mengintegrasikan web, toko fisik, dan seluler. Tetapi dengan saluran yang berkembang biak - termasuk internet, m obile, kios, toko, cabang, dinding digital, dalam mobil, permainan, TV, dan banyak lagi - perusahaan membutuhkan kelincahan untuk mengeksploitasi saluran baru dengan cepat dan hemat biaya. Bayangkan Anda dapat memberikan pengalaman pelanggan dan merek yang konsisten di saluran baru dalam waktu kurang dari sebulan.
- Departemen TI yang proaktif. Pertimbangkan bagian TI yang tetap berada di ruang belakang , hanya melakukan hal-hal desktop dan server, terus- menerus mengatakan "tidak" dan hanya berfokus pada "menjaga lampu tetap menyala" . Di sisi lain, bayangkan sebuah departemen TI yang secara proaktif memberikan cara baru bagi pengambilan keputusan bisnis untuk menarik, mempertahankan, dan melibatkan pelanggan atau meningkatkan efisiensi dan ketangkasan bisnis atau menjangkau

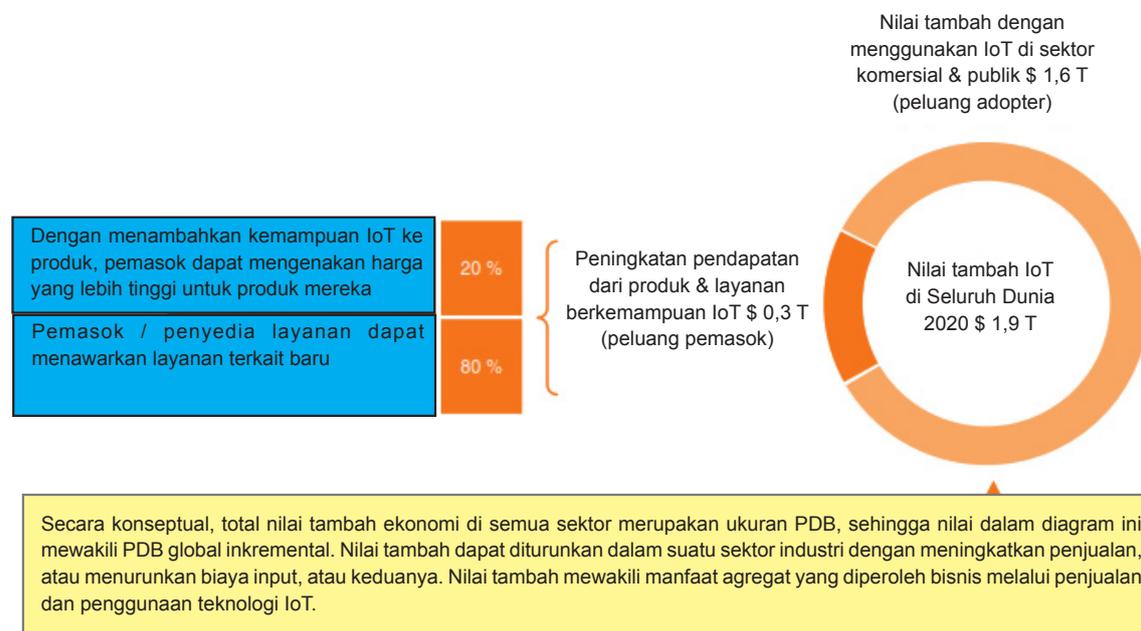
pelanggan baru, pasar, dan mitra rantai pasokan. Departemen mana yang lebih Anda pilih? Jika Anda adalah CEO, mana yang lebih Anda sukai dalam bisnis Anda? API adalah alat penting untuk mengubah departemen TI.

Cara Bergabung dengan Ekonomi API: Mulai dari Yang Kecil, Mulai Sekarang

Perusahaan harus menggunakan API secara bertahap selama beberapa waktu. Jika prosesnya diatur dengan baik, setiap langkah akan menciptakan nilai, sehingga membuat proses tersebut mandiri, dapat dikelola, dan hemat biaya. Anda tidak memerlukan strategi yang dikembangkan sepenuhnya untuk sosial, aplikasi, atau saluran. Anda juga tidak membutuhkan model bisnis yang benar-benar baru. Jadikan pendekatan berulang untuk inovasi dengan bereksperimen dan belajar dengan proyek-proyek kecil dan bertahap. Sebagai contoh:

- Dapatkan aplikasi kreatif dan tampilan depan web yang dibuat dengan cepat dan murah.
- Sewa dan gunakan platform tanpa mengintegrasikannya sepenuhnya.
- Mulailah dengan menampilkan beberapa fungsi untuk digunakan pengembang.
- Tinggalkan rintisan untuk pengembangan masa depan.
- Jangan berinvestasi besar-besaran dalam infrastruktur dan sumber daya internal untuk pembuatan prototipe dan tahap pengembangan cepat ini.

Jangan mulai dengan seperangkat aturan yang disusun sebelumnya atau batasi kreativitas Anda dengan mengkhawatirkan keamanan, risiko, atau kendala lainnya. Alih-alih bertukar pikiran tentang semua kemungkinan dan kemudian pilih beberapa kemungkinan berisiko rendah dan menang cepat untuk memulai.



Gambar: Grafik dibuat dari penelitian Gartner seperti yang dikutip di atas

Middleware yang ada bukanlah Jawabannya

Kebanyakan sistem middleware tidak memiliki fungsi yang diperlukan untuk memberikan API yang sebenarnya. Misalnya, mereka sering kekurangan proses untuk pengembang on-board, toko aplikasi, manajemen kunci, dan alat pemantauan untuk melaporakan perilaku dan penggunaan konsumen.

Platform API khusus dirancang agar para pengembang aktif dan berjalan dengan cepat, sehingga mudah untuk:

- Mengekspos layanan data melalui API yang dibuat dengan baik yang kuat dan mudah untuk diskalakan;
- Mendaftar dan bergabung dengan pengembang;
- Kirim, tinjau, dan setuju aplikasi;
- Menyediakan aksesibilitas sekaligus melindungi bisnis dari ancaman, kelebihan beban back-end, dan masalah layanan;
- Pantau bagaimana orang menggunakan API dengan pelaporan terperinci;
- Dapatkan wawasan tentang perilaku pelanggan;
- Tambahkan fitur seperti umpan berita, lokasi geografis, integrasi mesin pencari;
- Selidiki kesalahan dan masalah kinerja untuk meningkatkan daya tanggap.

Pertanyaan besarnya adalah apakah Anda ingin menyewa, membangun, membeli, mengonfigurasi, atau menyesuaikan. Platform yang memungkinkan Anda untuk menyewa dan mengkonfigurasi sejauh ini adalah yang termurah dan pendekatan yang kami rekomendasikan untuk memanfaatkan ekonomi API dalam layanan keuangan.

10.10

Perbankan Seperti Air Mengalir

Mari kita beralih dari aspek teknis antarmuka aplikasi (API) ke pelanggan. Pelanggan berada di pusat revolusi FinTech, jadi apa yang mereka harapkan dari layanan keuangan di masa depan? Dalam wawancara terkenalnya di New York Times, David Bowie menggambarkan masa depan industri musik sebagai "musik seperti air". Tiga belas tahun kemudian kami mendengarkan lagu di Spotify atau Apple Music dan mendapatkan akses seluler ke perpustakaan musik yang hampir tak terbatas. Akibatnya, kita menyaksikan berkurangnya kekayaan intelektual, punahnya hak cipta dalam skala besar, dan model bisnis yang hampir seluruhnya baru untuk industri musik. Skenario serupa berlaku untuk film, transportasi, dan secara keseluruhan cara kita mengonsumsi media. Perbankan berikutnya. Digitalisasi dan algoritme cerdas menempatkan industri jasa keuangan di bawah tekanan ekstensif. Produk dan layanan mereka bahkan tidak orisinal atau unik dan saat ini sebagian besar sama di mana pun Anda bertransaksi. Layanan keuangan akan berubah dengan cara yang sama seperti musik menjadi serba digital dan ada di mana-mana. Selain itu, klien kehilangan kepercayaan, persaingan baru muncul, dan tekanan regulasi lebih kuat dari sebelumnya. Model bisnis yang seharusnya aman terus terkikis. Bagaimana jika perbankan juga menjadi komponen infrastruktur sederhana? Bagaimana dengan mata uang baru yang tidak didukung oleh pemerintah dan persatuan politik tetapi oleh komunitas? Mungkinkah itu bitcoin atau membayar dengan menit ponsel seperti di Kenya?

Saat ini hampir semua model bisnis, produk, dan layanan perbankan ditantang oleh jaringan start-up atau peer-to-peer FinTech. Kami semakin banyak membayar melalui seluler dan digital, membiayai usaha kami melalui crowdfunding, dan semakin banyak berinvestasi berdasarkan algoritme dan komputasi kognitif. Inilah saatnya untuk memikirkan kembali perbankan secara radikal - jika kita membutuhkannya sama sekali. Futuris Gerd Leonhard menyarankan untuk mengajukan pertanyaan yang sangat umum: "Apakah bisnis saya dapat dibuang?" Untuk bisnis perbankan, jawabannya sesederhana pertanyaannya: Sial, ya! Jika kita melihat fungsi bisnis bank secara umum, ini menjadi lebih nyata. Ada bisnis peminjaman, bisnis simpanan, bisnis investasi, dan layanan seperti transfer uang, penyediaan uang tunai, dan infrastruktur perbankan pada umumnya. Dan saat ini setiap aktivitas bisnis ini secara fundamental terancam oleh start-up FinTech, perusahaan teknologi, atau jaringan peer-to-peer. Satu-satunya alasan terpenting untuk ini adalah digitalisasi seluruh masyarakat kita yang semakin menghilangkan perantara dari transaksi bisnis.

Masalah Perantara Solusi jaringan peer-to-peer telah membuat banyak model bisnis untuk perantara di berbagai industri menjadi usang, menghubungkan pembeli dan penjual secara langsung dan memotong perantara. Airbnb menghubungkan tuan rumah dengan tamu, myTaxi dan Uber mencari pengemudi untuk penumpang, "prosumers" (orang yang mengonsumsi dan memproduksi konten, berasal dari "prosumption", istilah bisnis era dot-com yang berarti "produksi oleh konsumen") dan pelanggan bertemu di banyak platform online yang berbeda. Perbankan adalah perantara klasik yang bermaksud untuk mengurangi ketidakpastian pasar dan asimetri informasi di pasar yang tidak sempurna. Tetapi bagaimana jika digitalisasi memberikan fondasi untuk pasar yang hampir sempurna di mana pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi tanpa gesekan - pasar yang tidak membutuhkan perantara seperti bank?

Akhir dari Uang

Uanglah yang paling jelas melambangkan hubungan pribadi kita dengan bank. Salah satu pelajaran pertama kita di bidang ekonomi adalah bahwa ada ekonomi barter sebelum mata uang ditemukan. Sampai saat itu perdagangan barang dan jasa untuk barang atau jasa terbatas pada komunitas kecil dan hubungan langsung. Ketika perdagangan meningkat, uang mengisi celah yang muncul dan memungkinkan untuk menukar layanan dengan uang dan uang untuk layanan. Tetapi kekuatan uang melebihi mekanisme sederhana itu dan menjadi apa yang memberdayakan kapitalisme dan khususnya kapitalisme keuangan saat ini. Uang menjadi bahasa "kapitalisme turbo" global dan berkembang jauh melampaui ekonomi pasar, terkait dengan produk dan jasa - bisa jadi hanya tentang investasi.

Tapi mungkin akan segera ada dunia tanpa uang seperti yang kita ketahui. Karena uang adalah bagian integral dari kehidupan kita sehari-hari, itu mungkin sulit untuk dibayangkan. Kami harus menghadapinya: kami sudah berada di fase itu. Ada lebih banyak mil udara yang belum ditebus daripada dolar AS, menjadikannya mata uang terbesar di seluruh dunia. Sekitar 30% dari pendapatan Starbucks di kedai kopi terdiri dari Starbucks Stars, sistem penghargaan internal mereka. Di Afrika, Vodafone mendukung pengembangan infrastruktur di mana orang membayar dengan airtime, baik itu di penata rambut atau kios koran. Menggunakan perlengkapan olah raga Nike di Meksiko memungkinkan Anda memperoleh poin kredit dan menggunakannya untuk membeli perlengkapan tambahan. Semua ini adalah mata uang menurut definisi tetapi tanpa menyebutnya sebagai uang. Dan sejauh ini kami bahkan belum menyebutkan mata uang kripto digital seperti bitcoin, sistem terdesentralisasi yang tidak didukung oleh pemerintah atau industri keuangan, tetapi oleh sistem teknologi.

Akhir Kapitalisme?

Kita harus tetap berada dalam konteks ekonomi untuk saat ini dan melihat lebih dekat apa yang secara fundamental mendasari sistem ekonomi kita. Jeremy Rifkin memprediksikan bahwa kapitalisme akan tergantikan atau setidaknya secara luas disertai dengan ekonomi berbagi pada tahun 2050. Sistem baru ini mungkin lebih terlihat seperti masyarakat Neolitik daripada bentuk baru kapitalisme yang hanya ada selama 150 tahun terakhir atau lebih. Di masa depan, rentang waktu ini bahkan bisa dianggap sebagai episode yang relatif singkat jika dibandingkan dengan keberadaan umat manusia.

Robot Mengambil Alih

Mari kita lanjutkan dan uraikan beberapa area bisnis perbankan lagi. Pinjaman massal dan kredit mikro telah bersama kami cukup lama, dan ini mempertanyakan bisnis pinjaman setiap bank. Crowdfunding tampaknya merupakan pendekatan peer-to-peer untuk bisnis investasi modern. Dengan mempertimbangkan kecerdasan buatan (AI), kita mungkin sudah menemukan penerus manajemen portofolio dan perbankan investasi saat ini: IBM Watson, superkomputer pemenang Jeopardy (yang mungkin merupakan nama yang menyesatkan) sudah dapat memproses berbagai tugas sebelumnya dicapai oleh manusia. Algoritme cerdas sudah dapat memprediksi maksud strategis perusahaan berdasarkan setiap informasi yang dapat mereka temukan dan pahami. Sementara seorang manajer portofolio mungkin dapat mengikuti sejumlah perusahaan dengan cermat untuk mengusulkan investasi masa depan, sistem komputer kognitif dapat jauh melebihi itu dalam hal jumlah dan kecepatan. Kepercayaan dan kredibilitas, jelas domain manusia, bisa menjadi keuntungan terakhir yang tersisa bagi penasihat manusia dibandingkan komputer kognitif. Kepercayaan pada lembaga keuangan, bagaimanapun, secara fundamental rusak selama krisis keuangan baru-baru ini.

Tidak Ada Bank Apple di Sekitar

Sebuah survei menunjukkan bahwa strategi digital menjadi topik nomor satu bagi bank pada tahun 2015, naik tiga peringkat dari tahun 2014. Meskipun ini tampaknya menjadi prioritas yang jelas, sulit untuk membayangkan bahwa dampak digitalisasi hanya dapat disadari sekarang dengan begitu besar dan tantangan mendasar ke depan. Ada persaingan serius dari perusahaan teknologi besar. Bagi mereka, layanan keuangan hanyalah batu bata di tembok yang mereka bangun di sekitar ekosistem mereka yang menjangkau jauh. Namun, tidak disarankan untuk menunggu kemunculan pertama Google atau Apple Bank mengingat besarnya jumlah transaksi pembayaran dan kartu kredit yang tercatat. Mereka sudah menjadi bank dan tidak perlu masuk ke bisnis perbankan secara resmi. Jauh lebih pintar untuk tidak melakukannya karena peraturan ekstensif yang akan mereka hadapi.

Tantangan Pribumi Digital

Yang disebut digital natives adalah tantangan lain. Tentunya bank menangani target audiens yang akan datang ini dan mengakui fakta bahwa mereka harus mempertimbangkan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Namun tidak ada yang menerima dampak penuh dari perubahan ini. Digital natives perlu menjadi inti dari setiap model bisnis perbankan masa depan. Sebaliknya, institusi mengajukan pertanyaan tentang bagaimana mendapatkan pelanggan kembali ke cabang. Meskipun cabang masih dianggap sebagai aset paling berharga, pertanyaannya sama sekali di luar topik bagi para digital natives. Kebanyakan dari mereka tidak pernah memiliki hubungan dengan bank atau pengalaman yang berhubungan dengan perbankan ritel. Pertanyaan salah lainnya adalah tentang ekspektasi pelanggan, tidak hanya, tetapi khususnya, para digital natives. Sebaliknya, bank harus menghadapi

kenyataan bahwa klien potensial mereka tidak memiliki harapan sama sekali, sama seperti mereka tidak mengharapkan lebih dari layanan reguler dan senyap dari pemasok air atau listrik mereka.

Perbankan sebagai Layanan

Untuk bank-bank Eropa, revolusi diam-diam dijadwalkan untuk 2016 diam-diam tetapi sangat kuat. Legislasi Eropa telah memaksa perusahaan kereta api publik dan monopoli telekomunikasi untuk membuka infrastruktur mereka terhadap persaingan. Mengikuti Petunjuk Layanan Pembayaran yang tidak mencolok, bank perlu menawarkan API (antarmuka pemrograman aplikasi) bagi pihak ketiga untuk menunjukkan pendapatan dan saldo akun, tetapi yang terpenting adalah memulai transfer uang. Istilah yang biasanya digunakan untuk ini adalah “perbankan sebagai layanan”. Dihadapkan pada tantangan ini dan tantangan lainnya, dan dengan analisis status quo yang realistis, kami mengajukan pertanyaan terakhir: adakah peluang bagi para pemain keuangan yang sudah mapan untuk mempertahankan diri mereka sendiri dengan sukses melawan model bisnis yang sedang terkikis dan persaingan yang sangat kuat? Mungkin terdengar sinis bahwa satu-satunya alasan untuk percaya pada keberhasilan lembaga keuangan tradisional adalah fakta murni dari keberadaan mereka. Secara kuantitas, bukan kualitas. Untuk mengakhiri dengan catatan positif, mari kita pertimbangkan dua pandangan prospektif untuk bank di masa depan:

- **Penukaran modal**

Yang pertama berkaitan dengan modal sosial. Filsuf Pierre Bourdieu mendefinisikan tiga bentuk modal yang berbeda yang mungkin diperoleh dan diperdagangkan seseorang: modal ekonomi, budaya, dan sosial. Hari ini inti dari kegiatan individu kami difokuskan untuk memperoleh modal ekonomi dan berhasil memasarkan pendidikan sebagai modal budaya kami. Modal ekonomi sangat penting untuk diperoleh dan, khususnya, untuk berdagang. Modal sosial sejauh ini sangat terbatas tetapi dengan munculnya jejaring sosial yang berubah dengan cepat. Seiring berkembangnya teknologi, setiap individu menjadi lebih mampu menukar berbagai bentuk modal. Bukankah itu akan menjadi ladang bisnis baru yang menarik bagi perbankan masa depan?

Dalam konteks itu, David Birch membuat poin menarik dalam bukunya *Identity is the New Money*. Uang, katanya, hanyalah bentuk sederhana dari memori. Dia mengacu pada mata uang batu sebuah pulau di Samudra Pasifik. Karena batu-batu itu terlalu berat untuk dipindahkan, cukup dengan mengingat batu mana yang menjadi milik siapa. Dia menyatakan bahwa saat ini ada bentuk memori yang lebih rumit yang mungkin membuat uang menjadi usang.

- **Keamanan sebagai nilai jual yang unik**

Area bisnis lain yang menarik bagi bank mungkin adalah keamanan. Jika ada satu pengalaman yang dimiliki digital native dengan bank, maka inilah pengalamannya. Semua orang tahu kotak kunci dengan dokumen rahasia di dalamnya. Atau pintu baja tebal dari brankas bank yang dirampok di hampir setiap film James Bond. Jika data adalah mata uang abad ke-21 mengapa bank saya tidak mengurusnya? Mengapa bank tidak membantu konsumen untuk memonetisasi data dan modal mereka sendiri alih-alih Facebook, Google, dan Co. Ketika bank mengujicobakan cabang baru mereka di masa depan, mereka sepenuhnya lupa bahwa mungkin juga ada pengalaman keamanan yang dihargai oleh pelanggan mereka.

Apa yang Salah dengan Air?

Terakhir, menyediakan layanan infrastruktur bukanlah pilihan terburuk dari semuanya. Jika perbankan seperti air menjadi kenyataan, kami membutuhkan seseorang untuk memberikan layanan ini dengan aman di waktu dan tempat. Dan jika mata uang masa depan menjadi secanggih dan menjanjikan seperti yang terlihat saat ini, kita bahkan lebih membutuhkan pemasok yang kompeten untuk layanan identitas pencipta tren ini.

10.11

Menghilangkan Friksi Dalam Keuangan Pelanggan

Stanley Kubrick 2001: A Space Odyssey, dirilis pada tahun 1968, secara terkenal dan akurat meramalkan masa depan dengan gadget seperti telepon video dan komputer tablet. Prediksi yang kurang dibahas dalam film tersebut adalah munculnya mata uang universal "kredit" - yang hilang adalah dolar, yen, dan pound. Lalu ada Douglas Adams 'Hitchhikers Guide to the Galaxy yang diterbitkan pada 1979, yang menandai Ikan Babel yang memberi penggunanya kemampuan untuk memahami semua bahasa. Seringkali ada kerumitan yang tidak perlu untuk pengguna biasa dalam beberapa versi dari hal yang sama, baik itu mata uang atau bahasa. Begitu kerumitan itu terpecahkan - seperti yang terjadi dalam contoh fiksi ilmiah ini - inovasi tertentu menjadi bagian kehidupan yang mulus dan diharapkan. Apa pun yang kurang dari itu akan dipandang sebagai gangguan paling baik. Dengan kekuatan pemrosesan dan penyimpanan data yang hampir tak terbatas di tangan lebih dari separuh populasi dunia, perbedaan yang tidak perlu, membatasi, dan rumit dapat diatasi. Itulah sebabnya munculnya "versi tunggal terbaik" dari suatu produk atau layanan sekarang terjadi: Facebook untuk koneksi pribadi, LinkedIn untuk koneksi bisnis, Spotify untuk musik, layanan agregator untuk menghilangkan pilihan, dan sebagainya. Munculnya penawaran proposisi tunggal seputar pinjaman dan investasi peer-to-peer (P2P), pengiriman uang internasional, dan pembayaran justru karena hal itu dapat dilakukan dengan lebih baik sekali dan lebih baik daripada yang dapat dilakukan oleh ribuan lembaga yang tampaknya merupakan bagian dari matriks kuno perusahaan dan penawaran.

Apa yang telah diketahui oleh perusahaan-perusahaan baru yang sukses ini, dan apa yang terus digeluti oleh lembaga keuangan arus utama, adalah bahwa keseimbangan kekuatan telah bergeser dari perusahaan ke pelanggan. Ini lebih dari sekadar mantra menenangkan yang menyatakan "pelanggan selalu benar". Pengganggu FinTech terbaik memahami informasi yang dapat diakses pelanggan dan cara pelanggan saling memengaruhi. Di dunia di mana pelanggan (dan karyawan) secara terbuka mendiskusikan pengalaman mereka, perusahaan tidak dapat lagi meningkatkan klaim tentang kualitas penawaran mereka. Setidaknya tidak dengan cara yang dipercaya siapa pun.

Ini berkontribusi pada perasaan yang berkembang bahwa pelopor baru dari penawaran layanan keuangan proposisi tunggal akan menggantikan perbankan tradisional. Faktanya, satu studi menemukan bahwa hampir setengah dari generasi milenial di Amerika Serikat mengharapkan perusahaan rintisan teknologi untuk mengganggu operasi perbankan tradisional dan hampir tiga perempat akan lebih bersemangat dengan penawaran layanan keuangan dari perusahaan teknologi besar (Google, Amazon, dan sebagainya.) daripada dari bank mereka. Ini memberi tahu kita bahwa ekspektasi pelanggan berubah. Mereka mengharapkan kesederhanaan, kemudahan, dan kelancaran. Mereka mengharapkan

transparansi dan keandalan. Beberapa perusahaan, di suatu tempat, akan mengirimkannya. Beberapa perusahaan, di suatu tempat, akan memberikan layanan keuangan kapan dan di mana pelanggan menuntutnya. Ini bukan pertanda bahwa semua harapan telah hilang untuk bank. Lembaga keuangan telah memberikan inovasi yang secara drastis meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengatasi masalah utama. Perbankan seluler telah mengatasi titik gesekan serius yang diciptakan oleh perbankan online - kebutuhan untuk berada di depan komputer Anda untuk masuk. Poin ini dapat dengan mudah disimak dengan statistik, tetapi lebih mudah untuk mengamati apa yang sudah dimiliki Royal Bank of Scotland: bahwa "cabang tersibuk" mereka adalah kereta api 7:01 dari Reading ke Paddington. Ini adalah norma. Perbankan seluler adalah langkah ke arah yang benar. Tingkat adopsi dan nilai transaksi yang dipindahkan diproyeksikan meningkat dua kali lipat di Inggris pada tahun 2020. Secara global, perbankan seluler mengubah akses masyarakat berpenghasilan rendah ke layanan keuangan (meskipun dalam banyak kasus operator seluler telah menjadi pengganggu). Perbankan seluler mendemonstrasikan apa yang mungkin dilakukan ketika lembaga keuangan memberikan produk dan layanan yang menempatkan pengalaman pelanggan sebagai pusatnya.

Mengejar Masa Depan

Tepat ada satu hal yang konstan dalam hal inovasi teknologi: jika Anda tidak melakukannya, orang lain akan melakukannya. Mereka yang ingin menjadi yang terdepan perlu memikirkan kembali model tradisional dan mendekati inovasi seperti start-up.

Ubah Prisma: Pecahkan Gesekan Terlebih Dahulu

Kuantitas inovasi yang mungkin dan laju perubahannya yang tampaknya konstan membuat sulit untuk mengetahui ke mana harus melangkah selanjutnya. Secara tradisional, lembaga keuangan telah memulai dari tempat penghematan biaya dan mitigasi risiko, keduanya merupakan area gesekan bagi bank, tetapi tidak harus bagi pelanggan. Solusi dengan cost-benefit ratio terbaik adalah solusi yang diambil. Namun, menyadari manfaat tersebut bergantung sepenuhnya pada tingkat adopsi pelanggan. Dan itulah masalahnya. Penerapan pelanggan sama sekali tidak dipengaruhi oleh apakah atau bagaimana manfaat bank. Setiap pengusaha pemula tahu bahasan promosi dimulai dengan slide yang menguraikan masalah yang sedang dipecahkan. Ini sering disebut sebagai titik nyeri atau gesekan. Dek tidak menguraikan masalah start-up atau masalah investor. Ini berusaha untuk mengatasi masalah pelanggan.

Bisa dibayangkan hanya ada sedikit tempat dimana konsumen mengalami lebih banyak gesekan daripada dalam mengelola kehidupan finansial mereka. Lembaga keuangan yang berkembang di masa depan akan fokus pertama pada pengalaman pelanggan. Inilah yang dilakukan oleh kompetisi dan apa yang telah diketahui oleh semua penawaran proposisi tunggal. Jika kita melihat melalui lensa kebutuhan, keinginan, dan frustrasi pelanggan, akan lebih mudah untuk memprioritaskan pengembangan produk dan layanan. Apa yang paling membuat pelanggan frustrasi? Apa yang membuat dia tidak menggunakan produk tertentu? Poin terakhir mungkin adalah masalah pemasaran dan pendidikan seperti halnya pengembangan produk. Misalnya, lebih dari setengah orang yang tidak menggunakan mobile banking di AS mengatakan itu karena masalah keamanan. Ironisnya, perbankan seluler secara bulat dianggap lebih aman daripada perbankan online, jadi tampaknya kesadaran dan pembangunan kepercayaan dapat menjadi penangkal gesekan dalam kasus itu.

Perusahaan jasa keuangan yang mampu beradaptasi dengan perubahan kecepatan permintaan konsumen akan mulai dengan sinopsis dari apa yang mereka selesaikan, dan kemudian mempertahankan fokus yang tajam sampai gesekan pelanggan telah dihapus. Hasilnya adalah produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang sama sekali baru. Dan dengan itu, peningkatan adopsi, kepuasan, retensi, dan penghematan biaya.

Pikirkan Kembali Siklus Pengembangan Produk / Layanan

Kembali ke pemberi pinjaman uang berbasis kuil di Yunani kuno, model cabang tradisional perbankan sebagian besar tetap tidak berubah selama ribuan tahun. Inovasi model bisnis biasanya tidak lebih dari sekadar perubahan pada struktur biaya atau insentif. Bahkan melalui zaman modern, laju perubahan belum dicirikan oleh rasa urgensi.

Secara teori, semua orang tahu waktu telah berubah, tetapi ini tidak selalu diekspresikan dalam praktik. Faktanya, pada tahun 2014 McKinsey melaporkan bahwa bank-bank di Eropa telah mendigitalkan hanya 20–40% dari proses mereka, dan mengalokasikan kurang dari 1% dari total pengeluaran untuk digital.

Lembaga keuangan mengalami kesulitan melakukan investasi teknologi besar hanya untuk membuangnya beberapa tahun kemudian. Agar bank dapat bersaing, pola pikir ini harus berubah. Kecepatan perkembangan teknologi dan informasi memaksa penyedia jasa keuangan untuk menerapkan sistem yang memungkinkan pengambilan keputusan yang gesit dan penerapan yang lebih cepat. Metrik harus bertujuan untuk jangka pendek dan teknologi harus berada dalam status pengujian beta yang konstan.

Inilah yang diajarkan sejarah perbankan kepada kita: jangan membangun sistem lain yang kompleks dan sulit untuk ditingkatkan. FinTech berubah dengan cepat dan itu akan terus berlanjut.

Biarkan Orang Lain Membangunnya

Penyedia teknologi layanan keuangan sudah mengembangkan produk dan layanan mutakhir. Inilah yang terbaik yang mereka lakukan, menciptakan segala sesuatu mulai dari produk yang memudahkan proses penjaminan pinjaman hingga solusi biometrik yang memanfaatkan hal-hal seperti pembaca sidik jari seluler dan - mungkin segera - pendeteksi gelombang otak yang memungkinkan seseorang mengakses akunnya hanya dengan memikirkan miliknya. kata sandi. Mitra ini dapat menghadirkan akselerator dan inovator yang biasanya tidak diketahui oleh bank. Mereka tahu bagaimana menerapkan teknologi yang ada (dan mereka juga tahu kapan tidak melakukannya).

Apa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan secara unik adalah pilihan penawaran yang dibudidayakan yang relevan dengan komunitas tempat mereka beroperasi. Lembaga-lembaga ini berpotensi menawarkan tingkat pendidikan, dukungan, dan layanan yang sulit ditiru oleh penyedia produk tunggal. Ini adalah keunggulan kompetitif yang signifikan dan di sinilah lembaga keuangan pintar untuk fokus, sambil memanfaatkan IP dan sumber daya penyedia teknologi.

Antisipasi Kapan Pelanggan Akan Membutuhkan Anda, dan Berada di Sana

Dari perspektif pelanggan, jasa keuangan bukanlah sektor atau hubungan bisnis. Layanan keuangan adalah bagian dari kehidupan, sesuatu yang dialami dan berinteraksi dengan orang-orang sepanjang hari,

setiap hari. Kesempatan bagi lembaga keuangan untuk berpartisipasi dalam pengalaman pelanggan. Ini tentang berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat, setiap saat.

Lembaga keuangan memiliki akses ke jumlah yang luar biasa dari kekuatan pemrosesan yang tidak terpakai yang dapat dilepaskan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Misalnya, jika layanan geolokasi menempatkan pelanggan mobile banking di dealer mobil, peringatan dapat segera dikirim untuk memperpanjang penawaran pinjaman. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk mengetahui penawaran mana (bank atau dealer) yang lebih kompetitif tanpa harus melakukan penelitian. Aplikasi perbankan seluler bahkan dapat menggabungkan fitur-fitur, seperti model mobil dan melakukan pencarian atau nilai buku kendaraan bekas. Ini adalah layanan yang memberikan nilai kepada pelanggan tepat pada saat mereka membutuhkannya.

Dalam fisika, gesekan adalah musuh kecepatan; dalam teknologi layanan keuangan, aktivitas atau gesekan transaksional adalah tema pengguna akhir. Lembaga keuangan dan penyedia teknologi di seluruh dunia sebaiknya menyadari bahwa masa depan akan dimiliki oleh mereka yang membuat kerumitan hidup sesederhana satu mata uang dan satu bahasa. Inilah yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Di sinilah bisnis dan layanan harus pergi. Sederhana itu. Masa depan FinTech sudah ada di sini. Ini memungkinkan layanan keuangan yang bergerak dengan kecepatan hidup. Satu-satunya pertanyaan sekarang: siapa yang akan berpartisipasi di dalamnya?

10.12

Masa Depan Adalah Fintech

Umat manusia menantikan periode unik yang menarik dalam sejarah panjang layanan keuangan. Salah satu yang bergolak, tetapi sangat transformatif. Yang penuh dengan ide-ide tak terduga, pengganggu kreatif, kesuksesan besar, dan kegagalan yang mengancam.

Jadi kencangkan sabuk pengaman, pembaca saya, dan ikut dengan saya untuk perjalanan yang indah namun bergelombang ini dan tetap buka mata Anda karena Anda akan melihat hal-hal yang revolusioner dalam sejarah layanan keuangan selama 4.000 tahun. Mari kita mulai perjalanan kita menuju tahun 2030! Duduklah di sampingku di mobil yang bisa mengemudi sendiri ini!

Perhentian Pertama: Para Korban

Apakah Anda melihat gedung pencakar langit ini? Ini adalah distrik keuangan tradisional. Beberapa perusahaan bertahan dan beberapa tidak, tetapi bentuk kelembagaan tradisional dasar harus tetap bersama kami dari masa lalu. Bank tetap ada karena lembaga yang mengambil simpanan rumah tangga dalam skala besar harus diatur, dipantau, diawasi, dan dikendalikan secara ketat oleh otoritas keuangan. Penanggung dan reasuransi selamat karena mengambil risiko secara kolektif dan berbagi biaya dari peristiwa negatif dalam komunitas menciptakan bentuk struktural yang tidak dapat dihindari. Manajer aset masih ada di sini karena masuk akal jika para profesional khusus membuat dan dengan cermat mengelola unit investasi yang cukup besar.

Perhentian kedua: Pengemis Tanpa Uang

Anda ingin berhenti di sini. Pria dengan iPhone 10 lama di depannya di jalan adalah seorang pengemis. Mengapa dia memiliki iPhone di sana? Nah, dia menerima uang melalui "iBeg-app". Soalnya, orang-orang yang lewat di jalan hanya mengayunkan jam tangan pintar mereka di depan iPhone 10 lama dan menekan tombol. Tombol itu adalah jumlah yang ingin mereka bayarkan. Kami berada dalam masyarakat de facto tanpa uang tunai. Beberapa negara bagian telah melarang uang tunai tetapi memang demikian sulit bagi sebagian orang tua menghilangkan nostalgia membawa dompet fisik.

Bagi mereka yang masih menggunakan uang tunai, ATM lama telah diganti dengan cash-drone dan ATM manusia. Anda dapat memesan uang tunai dari bank Anda dan drone mengirimkannya kepada Anda. ATM peer-to-peer (alias ATM manusia) adalah aplikasi di ponsel Anda. Anda memasukkan berapa banyak uang tunai yang Anda butuhkan dan memilih orang terdekat yang menawarkan uang tunai itu dengan komisi kecil. Uang mengalir dari akun Anda melalui escrow ke akun orang lain. Sama seperti di aplikasi Uber, Anda melihat profil dan peringkat orang lain.

Perhentian Ketiga: Toko Bayar Sendiri

Ayo mampir ke supermarket ini dan beli beberapa barang. Saya telah membuka aplikasi bayar sendiri di ponsel cerdas saya. Anda bisa melihatnya dengan sangat baik: tidak ada kasir. Itu sudah lewat. Orang-orang memeriksa barang melalui telepon mereka dan membayar dengan menekan sebuah tombol. Dengan cara ini kami membeli lebih banyak karena kami tidak harus mengantre dan kami memantau secara realtime berapa banyak yang kami belanjakan di keranjang kami. Sangat mulus! Saya telah mendengar cerita tentang orang tua saya yang mengantre. Aneh sekali: Anda ingin membeli barang-barang dan sebagai gantinya toko membuat Anda mengantre? Konyol. Pengutil? Setiap keranjang barang memiliki berat total yang berbeda. Mengutil sudah turun.

Perhentian ke-4: Museum Kartu Plastik Metropolitan

The Metropolitan memiliki koleksi kartu plastik terbesar. Ini sangat menyenangkan! Orang-orang dulu memiliki dompet dengan barang-barang seperti SIM dan kartu kredit plastik aneh di dalamnya. Saya mengerti mengapa orang membawa SIM: bayangkan mobil tidak bisa mengemudi sendiri tetapi orang harus mengendarainya! Bisa dimaklumi bahwa diperlukan lisensi untuk itu. Tapi plastik ini pasti sangat konyol. Tahukah Anda bahwa orang harus menggesek ini melalui mesin dan sering memasukkan angka, dan mesin kecil itu bahkan mencetak slip kertas? Benar-benar gila! Bank menerbitkan kartu ini. Mereka sering membayar seniman untuk mendesain warna, pola, dan gambar pada kartu plastik kecil ini. Pada beberapa tahap orang menggunakan kartu plastik dan dompet seluler secara paralel. Mereka memasukkan data dari kartu mereka ke ponsel cerdas mereka sehingga mereka menggunakan telepon untuk membayar tetapi mereka masih menggunakan plastik mereka juga.

Saya senang Anda menyukai pamerannya! Sekarang ada galeri cek sementara yang sangat bagus. Cek adalah perintah pembayaran tertulis ini. Anda benar, mereka tidak masuk akal untuk memulai. Tapi sebenarnya cukup sulit untuk menyingkirkannya. Dalam masa transisi orang menggunakan aplikasi chequedeposit smartphone. Mereka mengambil gambar bagian depan dan belakang slip kertas ini dengan kamera smartphone mereka, mengirimkan gambar tersebut ke bank mereka melalui aplikasi, dan bank mereka menyetorkan uang dari cek tersebut ke rekening mereka. Bisakah Anda bayangkan itu?

Berlayar dalam Mode Office

Dalam "Mode Di Kantor", layar ponsel Anda muncul di laptop bawaan ini. Inilah yang kami sebut komputer telepon. Ponsel Anda menyediakan perangkat lunak dan perangkat keras dan Anda menautkannya ke layar laptop dan keyboard sehingga Anda bekerja secara fisik di laptop, tetapi semuanya terjadi secara perangkat keras dan perangkat lunak pada ponsel cerdas Anda. Jadi, sementara mobil membawa kita ke bagian lain kota, kita akan bekerja sedikit.

Kami akan melaporkan insiden kehilangan data ke cloud-insurer kami. Perusahaan asuransi mengoperasikan pusat panggilan robo. Tidak ada sistem menu pusat panggilan yang rumit. Robot yang digerakkan oleh kecerdasan buatan segera mengangkat telepon. Itu melakukan pengenalan emosional dan perasaan bahwa kita sedang marah. Sistem perlindungan penipuan biometrik menganalisis suara kami di 140 vektor dan menyimpulkan bahwa kami mengatakan yang sebenarnya, ini bukan klaim penipuan.

Donasi amal juga menjadi jauh lebih mudah. Kami akan menggunakan situs amal langsung dan langsung. Anda menekan tombol dan uang Anda langsung masuk ke ponsel orang yang telah disaring sebelumnya secara acak di negara berkembang. Kami akan mengunjungi cabang virtual bank kami. Sejak masyarakat kita menghilangkan uang tunai dan memeriksa relevansi cabang menurun. Pemeriksaan ID yang sangat menyeluruh dapat dilakukan dari jarak jauh, sehingga akun dapat dibuka dan dioperasikan secara digital dengan cara klien-tidak-sekarang.

Ada beberapa macam cabang virtual:

- Cabang yang sepenuhnya virtual yang dapat kita akses melalui internet -advisors didukung oleh AI.
- Cabang yang sepenuhnya virtual, di mana penasihat adalah avatar yang didukung oleh manusia. Ini juga disebut cabang drone.
- Cabang virtual, mengelilingi penasihat nyata, diproyeksikan secara online melalui video.
- Seorang penasihat video dengan akses video satu atau dua arah.
- Cabang tambahan: cabang nyata yang dapat kita akses melalui internet dan mendapatkan banyak info digital selain dapat melakukan obrolan video dengan penasihat.

Karena saya adalah klien di Bank GAFA, saya dapat memilih jenis cabang virtual yang akan digunakan. GAFA Bank didirikan oleh Google, Apple, Facebook, dan Amazon pada tahun 2020. Setelah IPO PayPal yang terkenal pada tahun 2015, ketika eBay memisahkan perusahaan pembayaran, keempat raksasa ini bekerja sama untuk membentuk sesuatu yang baru yang menantang bank-bank lama. Filosofi GAFA Bank adalah memungkinkan perusahaan FinTech menjual produk mereka melalui mereka. Jadi, mereka berfungsi sebagai "agregator" untuk FinTech. Mereka mengumpulkan solusi yang paling sesuai untuk kebutuhan keuangan Anda dan membantu Anda memilih alternatif terbaik, yang biasanya merupakan penawaran perusahaan FinTech. Ini terbukti menjadi strategi yang sangat kuat sehingga bank incumbent tradisional juga mencobanya tetapi kurang berhasil. Inilah mengapa GAFA Bank sekarang menjadi bank terbesar dalam hal total aset secara global. Kami juga akan membeli makanan untuk Anda secara online. Kami akan membayar dengan mata uang digital jenis buku besar terdistribusi yang didukung 100% aset yang disebut Inter-Coin. Nah, Anda datang dari tahun 2016 jadi Anda sudah tahu tentang bitcoin. Orang-orang Inter-Coin telah mempelajari pelajaran yang diperlukan dari kisah

bitcoin. Mereka menyimpan hal-hal yang baik dan menebus yang hilang. Inter-Coin jelas bekerja dalam logika terdistribusi. Ini didukung oleh Emas, Perak, Platinum, dan Paladium (10%), USD (35%), EUR (10%), JPY (5%), GBP (5%), CHF (5%), dan RMB (30%). Anda dapat bertransaksi dengan Inter-Coins secara global hampir secara real-time secara gratis. Orang-orang menyukainya di seluruh dunia dan ekonomi besar mendukungnya dengan gembira karena hal itu menciptakan permintaan untuk mata uang mereka, tidak seperti bitcoin yang menimbulkan persaingan bagi mereka.

Perhentian ke-5: Peringatan Kata Sandi

Orang-orang menggunakan kata sandi selama beberapa dekade. Mereka bergumul dengan kombinasi angka dan huruf. Alternatif identifikasi biometrik telah diambil alih. Sidik jari, retina, iris, berkedip, pengenalan suara dan wajah, gerakan tangan, analisis detak jantung, dan kecepatan mengetik adalah beberapa solusi menarik dan inovatif yang kami gunakan saat ini. Biometrik memberikan kenyamanan pengguna yang lebih banyak, pengurangan penipuan, kepuasan konsumen yang lebih besar, dan efisiensi biaya yang lebih banyak.

Monumen peringatan ini didirikan untuk mengenang kata sandi, fenomena aneh yang membuat begitu banyak orang dan mesin menghabiskan sumber daya mereka yang langka.

Perhentian ke-6: Markas Besar Dewan Pengaturan Keuangan Global

Dalam dua dekade pertama abad ke-21 globalisasi sudah dominan, tetapi regulator jasa keuangan beroperasi di tingkat nasional. Regulasi itu sendiri menjadi penghalang besar bagi internasionalisasi bagi perusahaan FinTech. Patchwork peraturan itu rumit dan tidak mungkin untuk sepenuhnya dipatuhi. GFRC, Dewan Pengaturan Keuangan Global, didirikan pada tahun 2025 dan telah melakukan pekerjaan luar biasa sejak saat itu.

Perhentian ke-7: Kota FinTech

Gedung 30 lantai ini adalah rumah bagi ribuan perusahaan rintisan FinTech dan investor FinTech. Setiap lantai ditempati oleh perusahaan FinTech yang berbeda: analitik data, keuangan pribadi, manajemen kekayaan, dompet seluler, pembayaran P2P, layanan pengiriman uang, bank penantang, neo-bank, penyedia API, solusi perbendaharaan, teknologi asuransi, mata uang kripto, crowdfunding, Pinjaman P2P, perdagangan faktur dan layanan arus kas, antarmuka pengguna (UI), pengalaman pengguna (UX) dan spesialis pengalaman pelanggan (CX), biometrik dan identifikasi, perangkat yang dapat dikenakan, keamanan informasi, manajemen risiko alternatif dan penilaian, kecerdasan buatan (AI) dan penasihat robo, pakar perbankan emosional, dana, bankir investasi, pemodal ventura, investor malaikat, akselerator, inkubator, laboratorium, dan ruang kerja bersama. Ini adalah gedung yang sangat besar. Pada tahun 2014, ada sekitar 5.000 perusahaan FinTech dan 25.000 bank berlisensi penuh secara global. Pada tahun 2016, jumlah bank tetap tidak berubah tetapi jumlah perusahaan FinTech tumbuh menjadi 25.000, sehingga meningkat lima kali lipat dalam dua tahun. Pada tahun 2030, jumlah bank turun menjadi 12.000 dan jumlah FinTech bertambah menjadi 50.000. FinTech lebih kecil dari bank, tetapi semuanya mewakili kekuatan yang sangat besar. Tapi tunggu dulu! Saya baru saja melihat jam tangan pintar saya dan sekarang saya mengerti, pembaca yang budiman, bahwa sudah waktunya bagi Anda untuk pergi. Silakan gesek jam tangan Anda di sini dan gunakan pesawat ulang-alik ini! Semoga perjalanan kembali aman! Kembali ke masa lalu, kembali ke 2016. Saya berharap dapat bertemu Anda lagi di masa depan, di masa depan FinTech, di masa depan "The Future".

Kebanyakan film fiksi ilmiah memiliki satu elemen yang sama: mereka berlatarkan masa depan utopis di mana mereka tidak membutuhkan uang. Tidak ada kemiskinan, tidak ada keserakahan, dan tidak ada perang. Sebaliknya mengejar kebahagiaan dan perbaikan diri adalah hal yang biasa. Kedengarannya luar biasa, bukan? Mungkin terlalu bagus untuk menjadi kenyataan tetapi dengan asumsi itu, sebagian, benar dan kadang-kadang dalam waktu dekat uang menjadi mubazir, bagaimana kita sampai di sana? Bagian ini mengeksplorasi peta jalan dari budaya abad ke-21 yang terobsesi dengan uang menuju masa depan tanpa uang.

Mereka mengatakan untuk memprediksi masa depan seseorang harus melihat ke masa lalu dan tentunya ada sejarah yang kaya dalam layanan keuangan dan konsep uang. Memang benar ada perubahan signifikan dalam bagaimana uang beroperasi selama ribuan tahun, tetapi perkembangan yang benar-benar menarik telah terjadi pada abad terakhir dengan munculnya komputasi modern. Namun ada satu masalah yang mengganggu - inovasi di bidang uang sebagian besar lebih mengutamakan kenyamanan bentuk daripada konsep itu sendiri, mis. perpindahan dari koin ke kertas sangat bagus karena memecahkan masalah berat. Apa yang kurang dari kita adalah penemuan kembali konsep uang yang mendasar.

Ambil contoh perbankan sebagai contoh - ketika internet datang, bank melihat formulir dan proses kertas mereka dan menerjemahkannya ke dalam situs web. Kemudian ketika smartphone muncul, mereka memampatkan halaman yang sama menjadi layar yang lebih kecil. Yang akhirnya kami dapatkan adalah versi digital dari konstruksi berusia berabad-abad - hanya sedikit yang bertanya apakah, dengan teknologi digital saat ini, kami akan merancang layanan keuangan dengan cara yang sama. Hal yang sama berlaku untuk uang - beberapa masalah yang diciptakan untuk diselesaikan dengan uang sekitar 3.000 tahun yang lalu telah hilang, yang lainnya telah berubah. Faktanya, sebagian besar persyaratan inti untuk uang telah hilang tetapi kami masih menggunakan uang. Jadi apa alternatifnya? Di sini kita melihat tiga model ekonomi penantang yang muncul dan teknologi terkait dengan potensi nyata untuk menjadi fase uang evolusi berikutnya.

Model Ekonomi Penantang # 1: Kekuasaan adalah Uang

Pasar utilitas energi menghadapi gangguan dalam bentuk teknologi baterai. Ketika keseimbangan menunjukkan bahwa lebih murah untuk disimpan daripada menghasilkan listrik, kita akan melihat manajemen daya yang terlokalisasi. Pemimpin di bidang ini adalah perusahaan seperti Tesla dengan lini produk baterai rumahan mereka. Ini akan memungkinkan rumah tangga untuk memutuskan sambungan dari pemasok listrik, menghasilkan, dan menyimpan listrik mereka sendiri. Mengapa berhenti di situ? Bagaimana jika sebuah rumah tangga dapat menghasilkan lebih banyak listrik daripada yang digunakannya - bagaimana ia menjual listrik itu kembali ke rumah tangga / industri dengan kebutuhan yang lebih haus kekuasaan - masuk ke Ekonomi Energi (EE). Agar EE berfungsi, kami memerlukan semua rumah yang dihubungkan ke semacam jaringan nasional (sudah ada di sebagian besar negara maju!) Dan kami membutuhkan individu untuk mengganti dompet mereka dengan baterai (kami sudah membawa baterai di saku, dibungkus dengan smartphone!). Bagaimana ini bisa berhasil dalam praktiknya? Ada sesuatu yang menarik terjadi di negara Ghana di Afrika Barat. Di Ghana,

sering terjadi pemadaman listrik selama 2-3 hari sekaligus. Ini menimbulkan masalah bagi bisnis yang bergantung pada komunikasi telepon seluler. Masukkan Power Bank Phone, telepon populer di Ghana yang biasa-biasa saja kecuali untuk 10.000mAh raksasa (ukuran yang biasa digunakan untuk menggambarkan muatan energi yang akan dipegang baterai) yang tersembunyi di dalamnya dan port USB untuk mengisi daya perangkat lain. Pemilik Power Bank Phone dapat menawarkan untuk menagih ponsel dan perangkat orang lain dengan imbalan produk dan layanan - pada dasarnya mengubah kilowatt-jam menjadi mata uang! Perbandingan dapat dibuat dengan skema seperti M-Pesa di Afrika Sub-Sahara di mana kredit telepon digunakan sebagai mata uang, namun dalam EE mata uang tersebut juga merupakan komoditas. EE akan menjadi model sink ekonomi di mana energi dihasilkan kemudian dikonsumsi, dengan kebutuhan kita untuk mengkonsumsi selamanya melebihi kemampuan kita untuk menghasilkan, delta menjadi "nilai" yang melekat. Yang membuatnya semakin menarik adalah perkembangan dalam pencetakan 3D dan apa yang disebut teknologi "replikator", dinamai sesuai perangkat fiksi di Star Trek yang dapat mengubah energi menjadi materi untuk menciptakan benda-benda nyata. Persamaan Einstein yang terkenal :

$$E = MC^2$$

menyatakan bahwa energi (E) dalam suatu sistem (atom, orang, alam semesta) sama dengan total massa (M) dikalikan dengan kuadrat kecepatan cahaya (C, sama dengan 186.000 mil per detik). Ketika digunakan dalam konteks ekonomi energi, kita memiliki mata uang yang juga merupakan komoditas yang dapat berbentuk barang konsumsi yang memberi kita persamaan keuangan potensial ...

$$£ = MC$$

Tidak seperti bitcoin, bukti grafik kripto dari energi yang terbuang atau perdagangan karbon, produk sampingan dari menghasilkan energi, EE menggunakan energi itu sendiri sebagai mata uang.

Model Ekonomi Challenger # 2: Hyper Berhemat

Apa jadinya jika kita main-main dengan supply / demand balance, jika kita menciptakan supply yang melimpah jauh melebihi permintaan kita sebagai konsumen. Hasil logisnya adalah bahwa "biaya" bahan habis pakai terus turun ke tingkat yang hampir dapat diabaikan - pada dasarnya semuanya menjadi bebas membuat uang menjadi mubazir. Hasil yang sama akan muncul dengan sendirinya jika permintaan kita akan barang dan jasa turun ke titik di mana kita menjadi sangat hemat sehingga kita memiliki konsumsi yang dapat diabaikan, sekali lagi meniadakan kebutuhan akan uang - inilah Hyper Berhemat. Untuk mencapai keadaan ini setidaknya satu dari dua hal perlu terjadi. Kami mengotomatiskan pekerjaan kami (meningkatkan pasokan) - tren yang telah kami saksikan sejak revolusi industri dan salah satu yang terus berkembang adalah otomatisasi kerja. Hal ini telah menurunkan biaya ekstraksi bahan mentah, produksi dan distribusi barang. Ditambah dengan robotika dan kecerdasan buatan (AI), kita mungkin mencapai keadaan di mana seluruh pasokan yang menopang keberadaan kita menjadi otomatis dan mandiri ke titik di mana semua permintaan material disediakan. Sementara visinya masih jauh, praktiknya sedang diujicobakan melalui eksperimen di Universal Basic Income (UBI). UBI memberi warga negara gaji pokok yang mereka dapat hidup dengan nyaman, tanpa membutuhkan pekerjaan sebagai imbalan. Bagi peserta, konsep uang kehilangan bobotnya sampai pada titik di mana ia memiliki kepentingan yang dapat diabaikan dalam pola pikir mereka asalkan mereka hidup dalam kemampuan yang masuk akal.

Kami mengubah model keberadaan kami (mengurangi permintaan) - cara lain untuk mengganggu penawaran / permintaan adalah dengan mengubah cara hidup kami untuk mengurangi permintaan

akan sumber daya atau menjadi bagian dari ekosistem yang mandiri. Model ini dapat disaksikan hari ini di suku Amazon terpencil yang merupakan bagian dari ekosistem mereka dan hidup dalam habitat mereka. Beberapa model eksistensi abstrak telah diajukan, terutama dari gerakan transhumanis. Melalui transhumanisme kita dapat memiliki kemampuan untuk mengubah bidang eksistensi kita dan pada dasarnya spesies kita ke tempat di mana uang menjadi tidak relevan. Misalnya, dengan munculnya teknologi virtual reality (VR), kami akan menghabiskan lebih banyak waktu di VR daripada di dunia nyata. Dalam dunia VR, model konsumsi kita tidak perlu bergantung pada pasokan fisik sehingga model ekonomi berayun ke arah permintaan yang dapat diabaikan, sehingga uang menjadi mubazir. Mengambil transhumanisme secara ekstrem, kita mungkin dapat berkembang sebagai spesies di luar biologis menjadi keberadaan digital di mana unit pemrosesan pusat (CPU) petaflops (didefinisikan sebagai ukuran kecepatan pemrosesan komputer dan yang dapat dinyatakan sebagai operasi ribuan triliun floating point per detik) mungkin menjadi komoditas pilihan kami. Bagaimanapun, sulit untuk melihat bagaimana uang dalam bentuknya saat ini dapat bertahan dalam perjalanan seperti itu.

Model Ekonomi Challenger # 3: Mata Uang Reputasi

Model ekonomi penantang ketiga adalah reputasi. Reputasi seseorang, daripada saldo banknya, lebih mirip dengan cara kita secara alami mengukur nilai seseorang di luar ekonomi. Pertimbangkan orang-orang seperti Mahatma Gandhi dan Anjezë Gonxhe Bojaxhiu (alias Bunda Teresa) yang terkenal tidak memiliki kekayaan moneter tetapi kekayaan reputasi mereka sangat besar. Sebaliknya, beberapa yang paling kita benci sepanjang sejarah adalah yang terkaya atau paling terobsesi dengan akumulasi kekayaan moneter. Jadi, jika reputasi adalah mekanisme mata uang yang lebih efisien, bagaimana kita menggunakan reputasi untuk mendapatkan akses ke produk dan layanan - jawabannya adalah bahwa kita sudah seperti itu!

Bank dan layanan keuangan lainnya selalu mencari poin data di luar saldo bank dasar seseorang saat menilai kredibilitasnya, atau yang lebih penting, kredibilitas! Perusahaan seperti agen referensi kredit melakukan persis seperti itu - mereka melihat sejarah individu dalam mengelola kredit dan mendidihkannya menjadi skor reputasi kredit. Di luar perbankan, kami melihat penilaian reputasi lepas landas dengan Ekonomi Berbagi dan model bisnis berbasis kepercayaan lainnya. Hal-hal seperti peringkat pembeli / penjual eBay dan peringkat pengemudi / penumpang Uber atau tamu / tuan rumah Airbnb persis seperti itu.

Semua skor ini diakumulasikan dalam silo dan menjadi cara efektif untuk menilai anggota oleh komunitas masing-masing. Apa yang kita lihat sekarang adalah polinasi silang dari penilaian reputasi antara silo dan industri, mis. Catatan media sosial seseorang sekarang dapat digunakan untuk menilai kelayakan kredit.

Ditindaklanjuti hingga kesimpulan agregat alaminya, kami akan berakhir dengan satu skor reputasi terpusat yang merupakan penggabungan dari semua lapisan masyarakat. Ini akan menjadi pendidikan Anda, referensi kredit, media sosial, riwayat pekerjaan, catatan transaksi, koneksi, keanggotaan dll semua digulung menjadi satu skor. Ini akan menjadi cara yang sangat bulat untuk menilai kepercayaan dan integritas seseorang, tetapi bagaimana kita mengubahnya menjadi mata uang yang mampu menurunkan uang dalam bentuk numerik keras yang dingin? Memperkenalkan mata uang reputasi.

Reputation Currency (RC) mirip dengan memberikan setiap orang harga saham dan sahamnya masing-masing. Dengan RC, kita masing-masing akan memiliki mata uang sendiri, yang nilainya ditentukan

oleh reputasi kita. Dalam dunia RC ini Anda tidak akan pergi ke bank untuk mendapatkan pinjaman, Anda bisa "meringankan kuantitatif" mata uang Anda sendiri - pada dasarnya mencetak uang tunai Anda sendiri. Ini secara logis sama dengan mendapatkan pinjaman karena akan ada lebih banyak mata uang Anda yang beredar, sehingga mendevaluasi mata uang Anda selama periode waktu tertentu - seperti membayar kembali pinjaman bank. Sistem RC membuka konsep menarik seperti berinvestasi untuk masa depan orang lain. Anda dapat, misalnya, membeli mata uang reputasi di seorang sarjana sehingga mendanai biaya kuliah mereka, dan mendapatkan keuntungan dari peningkatan reputasi mereka yang datang dengan mendapatkan gelar. Secara kolektif, Anda dapat berinvestasi, katakanlah indeks Oxbridge 100 (100 lulusan Oxford dan Cambridge teratas) daripada indeks FTSE 100 dengan harapan reputasi individu akan terus meningkat. Mungkin di mana hal ini paling bermanfaat bagi masyarakat adalah sektor amal.

Pertimbangkan seseorang yang menjadi tunawisma di jalanan. Skor reputasi mereka akan sangat rendah, mirip dengan saham *penny*. Anda dapat berinvestasi dalam mata uang mereka kemudian mengambilnya, memberi mereka pelatihan, memasukkan mereka ke dalam setelan jas, memberi mereka pekerjaan, dan akhirnya menyaksikan skor reputasi mereka meledak dan menuai keuntungan dengan memiliki sebagian dari saham reputasi mereka. Ini akan berarti untuk pertama kalinya dalam sejarah manusia bahwa lebih menguntungkan untuk membantu daripada mengeksploitasi orang.

Dengan sistem mata uang yang memiliki reputasi baik, kami mulai melihat pengecer menentukan harga dalam mata uang individu dan menggabungkannya dengan hal-hal seperti loyalitas, diskon, hadiah, dan penawaran sehingga kita semua mendapatkan harga khusus. Konsep nilai atau nilai suatu barang tidak lagi universal karena penetapan harga sekarang menjadi hal yang sangat pribadi, seperti mata uang reputasi menjadi sistem mata uang yang melihat ke dalam. Dalam sistem RC, konsep seperti relatif kaya dan miskin tidak lagi relevan bagi kita dan pada akhirnya uang itu sendiri menjadi tidak relevan - ini seperti iterasi terakhir uang sebelum kita tidak lagi membutuhkannya. Tiga model ekonomi penantang di atas tidak lengkap tetapi merupakan contoh representatif dari apa yang mungkin ada di toko abad ini, dipicu oleh Revolusi FinTech. Sebagian besar model penantang ini memiliki tantangan budaya daripada teknis. Tidak semua akan menyambut akhir dari uang, tidak terkecuali mereka yang telah mengumpulkan banyak sekali barang! Tetapi dengan semua perubahan teknologi yang eksponensial, sangatlah naif untuk percaya bahwa pandangan kita tentang uang akan sama dengan pandangan anak atau cucu kita.

10.14

Etika Dalam FinTech

Tanpa etika, Finance 2.0 ditakdirkan untuk mengulangi kesalahan keuangan tradisional. Tapi ada solusi yang mudah.

Keuangan adalah industri yang aneh. Suatu hari, ini adalah Dr Jekyll, yang lainnya adalah Tuan Hyde. Sisi baiknya, keuangan memainkan peran sosial yang penting, mulai dari membantu konsumen membeli rumah hingga mendukung usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meminjam uang. Sisi gelapnya, kita semua tahu cerita horor tentang pemberi pinjaman predator dan produk yang salah dijual kepada klien bank. Mengapa demikian? Ini karena keuangan adalah jantung dari masyarakat dan ekonomi - cobalah untuk menemukan ekonomi yang dinamis tanpa sektor keuangan yang kuat - dan oleh karena

itu menghasilkan pengaruh yang sangat besar. Oleh karena itu, setiap keputusan di bidang keuangan dapat berdampak signifikan - baik positif maupun negatif. Misalnya, akan sangat sulit bagi lulusan muda yang bergabung dengan perusahaan konsultan kehilangan \$ 1 juta dalam satu hari - kecuali mungkin dengan membakar gedung ... Lulusan yang sama di lantai bursa bisa kehilangan jumlah tersebut dalam 10 detik. Jadi leverage sangat tinggi - dan karena itu mengambil jalan pintas bisa menjadi godaan yang lebih tinggi bagi karyawan. Ini membawa saya pada etika dan nilai. Sudah jelas bahwa semua industri dan semua perusahaan membutuhkan etika dan nilai. Namun, pedagang lokal tanpa etika mungkin memiliki konsekuensi bencana yang lebih kecil bagi masyarakat daripada yang dikatakan bank, atau perusahaan asuransi - sekali lagi, ini semua tentang leverage. Jika Anda membaca buku ini, Anda mungkin setuju bahwa beberapa perusahaan rintisan hari ini akan menjadi raksasa keuangan di masa depan - Google di bidang keuangan berikutnya jika Anda mau. Dan sebagaimana keuangan tradisional dapat berdampak positif atau negatif pada masyarakat, Finance 2.0 akan menghadapi tantangan yang sama - dan berpotensi lebih banyak lagi. Karena Finance 2.0 tidak hanya mendapatkan keuntungan dari leverage yang sama seperti keuangan tradisional, ini mungkin jauh lebih berdampak karena penggunaan teknologi.

Pertama, adakah alasan yang jelas mengapa perusahaan rintisan FinTech, setelah menjadi perusahaan senilai \$ 100 miliar, akan berperilaku berbeda dari konglomerat keuangan saat ini? Saya kira tidak. Menurut saya, orang yang bekerja di lembaga keuangan tidak berbeda secara fundamental - yaitu kurang etis - dibandingkan mereka yang bekerja di industri lain.

Tetapi leverage yang lebih tinggi dan potensi keuntungan cepat membuatnya lebih mudah untuk menyerah pada godaan - jika tidak ada penghalang yang tepat. Yang berarti bahwa start-up FinTech saat ini dapat terpapar di masa depan dengan masalah yang sama yang dihadapi bank dan perusahaan asuransi (mis. Penjualan yang salah, penetapan harga, dll.) Tetapi juga berpotensi masalah lain karena penggunaan teknologi yang diperbesar, sebagai contoh:

- Eksploitasi data yang lebih baik telah merevolusi pilar utama keuangan, seperti pinjaman. Dan pasti ada alasan bagi pemberi pinjaman untuk menilai risiko kredit peminjam dengan lebih baik. Tampaknya logis bahwa profesi atau studi Anda dapat memengaruhi kemampuan Anda untuk membayar pinjaman. Tetapi dengan miliaran potongan data yang dapat diproses oleh pemberi pinjaman, bagaimana jika mereka menemukan bahwa memiliki teman kaya juga memengaruhi skor kredit Anda? Atau jika atasan Anda mengumumkan rencana redundansi di divisi Anda, haruskah skor kredit Anda berdasarkan data besar tiba-tiba anjlok?
- Mendorong proses berpikir lebih jauh, apakah kita yakin bahwa semakin banyak data yang kita miliki, semakin baik bagi konsumen? Mari kita ambil contoh asuransi - yang intinya adalah risiko mutualisasi. Asuransi berfungsi karena kita tidak dapat memastikan tentang berbagai hasil seperti mobil yang dicuri atau masalah kesehatan. Tetapi dengan meningkatnya jumlah data yang berasal dari data besar atau perangkat yang dapat dikenakan, kami menyaksikan individualisasi risiko. Saat ini, ini diterjemahkan menjadi insentif positif ("pergi ke gym, dapatkan diskon"), jadi tidak ada yang lebih buruk. Tapi tentu saja, permainan akhir adalah individualisasi total dari setiap risiko, lalu apa yang terjadi jika Anda kelebihan berat badan dan tidak pernah pergi ke gym? Apakah kita akan pindah ke masyarakat di mana risiko terbaik (yang biasanya juga merupakan bagian masyarakat yang paling istimewa) akan mendapatkan kondisi yang lebih baik, dan yang terburuk akan menjadi yang paling buruk?

Kedua contoh ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan teknologi, data besar, dan kecerdasan buatan akan menimbulkan dampak sosial yang sangat besar dari Finance 2.0. Oleh karena itu, start-up FinTech harus memberikan perhatian khusus pada etika dan nilai; Namun tidak demikian halnya saat ini. Dengan melihat beranda dari 16 perusahaan rintisan FinTech terkemuka, apa yang kita sadari? Separuh dari mereka memiliki kategori "Tentang kami", yang ketiga memiliki bagian "Bantuan", banyak yang memiliki tautan "Berita" atau "Yang kami lakukan". Tetapi tidak satu pun dari 16 perusahaan ini memiliki bagian yang disebut "Nilai-nilai kita" atau "Etika". Jelas, kami dapat berargumen bahwa real estat di beranda sangat berharga, dan bahwa "nilai" atau "etika" bukanlah faktor pembeda untuk memulai, dan tidak pantas mendapat tempat di sana.

Tapi kemudian, ini juga terasa tidak benar. Banyak perusahaan rintisan FinTech memasarkan diri mereka sendiri sebagai alternatif yang lebih baik, lebih murah, tetapi juga lebih etis daripada keuangan tradisional - dengan kata lain, sebagai pilihan bagi konsumen yang merasa dilecehkan oleh penyimpangan etika bank atau perusahaan asuransi. Jika ini sangat penting, mengapa nilai-nilai mereka tidak ada di halaman depan? Perasaan saya - dari terlibat dengan perusahaan rintisan FinTech dan bankir - adalah bahwa sebagian besar pesan ini adalah pemasaran lebih dari apa pun. Dan saya jelas tidak menyiratkan bahwa start-up FinTech tidak bermoral, melainkan amoral.

Dengan kata lain, bukan berarti start-up FinTech memiliki nilai atau etika yang buruk, melainkan lebih karena mereka tidak memiliki nilai atau etika. Dan saya tidak bermaksud sebagai kritik, tetapi sebagai fakta - saya sendiri telah menjadi pengusaha. Saat Anda memulai mendirikan start-up, memikirkan nilai atau etika biasanya bukan prioritas pertama Anda. Prioritas pertama Anda adalah menemukan ide, mengembangkan produk, mempekerjakan tim, mengumpulkan uang, menemukan klien, menghasilkan keyakinan Anda punya cukup uang untuk membayar tim Anda, dll. Kenyataannya adalah akan tercipta stres dan tekanan sehingga jarang punya waktu untuk memikirkan hal-hal lain seperti etika atau nilai. Singkatnya, situasi saat ini tidak memuaskan:

- Finance 2.0 akan membutuhkan nilai dan etika yang sangat kuat karena pengaruhnya terhadap masyarakat.
- Perusahaan rintisan FinTech memasarkan diri mereka sendiri sebagai sesuatu yang berbeda dari keuangan tradisional - yang menderita karena kurangnya etika - tetapi juga tidak benar-benar menganggap etika sebagai prioritas.
- Ini karena etika dan nilai tidak memiliki manfaat langsung bagi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan rintisan.

Bagaimana kita memecahkan teka-teki itu? Salah satu jawaban yang jelas adalah melalui regulasi, yang menurut saya bisa membantu tapi bukan jawabannya. Regulasi biasanya muncul setelah sesuatu yang buruk terjadi, dan bukan merupakan solusi yang memadai. Misalnya, bank telah tunduk pada sejumlah peraturan yang ketat sejak krisis 2008, tetapi bahkan pada 2014 - enam tahun kemudian - masih ada contoh pelanggaran etika yang jelas oleh individu yang mengakibatkan denda multi-miliar. Jadi, jika regulasi tidak cukup untuk mencegah individu bertindak tidak etis, lalu apa? Jawabannya menurut saya adalah mendorong perilaku etis melalui nilai-nilai yang telah tertanam dalam budaya start-up.

Agar perusahaan rintisan FinTech dapat membangun budaya yang mencakup etika dan nilai, ada tiga persyaratan penting:

- Sadarilah bahwa nilai dan etika memiliki dampak sosial dan ekonomi: bagi wirausahawan yang ingin menciptakan perusahaan yang sangat sukses, pahami bahwa memiliki nilai yang kuat tidak hanya akan berdampak pada masyarakat, tetapi juga bisnisnya sendiri.
- Memahami bahwa budaya dikembangkan sejak awal: pendiri start-up perlu menyadari bahwa nilai atau etika apa pun yang mereka miliki di awal start-up akan berdampak besar di kemudian hari.
- Menuntut pengawasan dari para pemangku kepentingan: masukkan etika dan nilai-nilai dalam agenda \ modal ventura, karyawan, klien, dan jurnalis.

Seperti yang saya sebutkan, kebanyakan wirausahawan tidak berfokus pada etika, karena etika tidak akan membantu mereka dalam kelangsungan hidup perusahaan rintisan mereka. Namun, sebagian besar wirausahawan ingin mengubah dunia, dan memiliki visi yang besar, dan karena itu akan sangat menerima ide-ide tersebut. Oleh karena itu, kesadaran akan menjadi langkah pertama yang sangat besar. Jika para wirausahawan memahami bahwa budaya perusahaan miliaran dolar masa depan mereka dibangun oleh semua keputusan kecil yang mereka ambil setiap hari, maka itu akan menjadi langkah maju yang sangat besar. Jika selain bertanya kepada tim mereka "bagaimana fitur baru ini menghasilkan uang?" mereka juga bertanya "haruskah kita melakukan ini?" maka inilah akar dari budaya yang kuat yang akan meresap ke seluruh organisasi. Akankah sebagian besar pengusaha bersedia melakukan itu? Saya yakin begitu. Mereka hanya perlu waspada.

Saya pikir CEO FinTech juga akan sangat reseptif untuk memasukkan etika dalam start-up mereka karena mereka menyadari bahwa budaya yang kuat tidak hanya akan berdampak pada masyarakat, tetapi juga kesuksesan start-up tersebut. Coba pikirkan berapa banyak CEO bank saat ini yang lebih memilih untuk fokus pada bisnis mereka, daripada menghabiskan waktu mereka untuk mengubah budaya organisasi mereka? Atau ambil contoh Wonga yang sangat jitu, salah satu start-up FinTech pertama yang sedang dalam perjalanan untuk menjadi kisah sukses yang luar biasa.

Wonga diluncurkan pada tahun 2007 dan menggunakan model penilaian kredit yang canggih untuk meminjamkan uang kepada konsumen, sambil mencapai tingkat gagal bayar yang sangat rendah. Wonga diharapkan bernilai lebih dari £ 10 miliar pada tahun 2015, tetapi sebaliknya mereka didenda berat oleh regulator Inggris karena "dalam penyelidikan yang dimulai oleh Office of Fair Trading (OFT) dan diajukan oleh FCA, Wonga ditemukan memiliki mengirim surat kepada pelanggan yang menunggak dari firma hukum yang tidak ada, mengancam tindakan hukum". Juga, "330.000 nasabah yang saat ini menunggak lebih dari 30 hari, saldo pinjaman mereka akan dihapuskan dan tidak akan berhutang apa pun kepada Wonga".

Alih-alih menjadi Google berikutnya di bidang keuangan, masa depan Wonga sekarang jauh lebih tidak pasti, dan tunduk pada pengawasan peraturan yang sangat ketat. Untuk seorang CEO FinTech, kami tidak berbicara tentang masalah teoretis yang dapat terjadi dalam waktu 20 tahun; ini adalah contoh konkret yang sangat m untuk start-up sebelum IPO. Tentu saja, realitas seorang wirausahawan adalah bahwa ini adalah perjalanan yang sangat sulit, dan segala sesuatu yang tidak penting akan ditempatkan di prioritas kedua. Dan tidak adil hanya untuk menempatkan tanggung jawab pada pengusaha, ketika masyarakat secara keseluruhan harus peduli. Oleh karena itu, berbagai pemangku kepentingan dari

sebuah perusahaan rintisan juga harus menempatkan etika dan nilai di bagian atas daftar prioritas mereka. Sebagai contoh:

- Investor dan pemodal ventura harus menuntut perusahaan rintisan mereka mengomunikasikan nilai-nilai mereka dan tidak mentolerir perilaku yang tidak etis.
- Karyawan harus mengetahui nilai-nilai pendiri sebelum mereka melakukan lompatan keyakinan dan bergabung dengan perusahaan rintisan.
- Klien harus mempertanyakan nilai-nilai awal.
- Jurnalis tidak boleh hanya berfokus pada model bisnis dan penilaian startup, tetapi juga mempertanyakan dampaknya terhadap masyarakat.

Karena saya sendiri adalah seorang pengusaha, saya tentu saja sangat waspada terhadap orang-orang yang bermaksud baik yang memberikan nasehat umum yang tidak dapat diterapkan. Jadi, inilah nasihat yang dapat ditindaklanjuti untuk wirausahawan FinTech, pendiri start-up, dan CEO teknologi, yang percaya bahwa start-up mereka akan mengubah dunia, dan akan berdampak pada masyarakat, tetapi juga dengan sangat egois ingin menjadikannya sebuah sukses besar. Di beranda Anda, di samping "Tentang kami", "Produk", dan "FAQ", mengapa Anda tidak menambahkan link ke halaman yang disebut "Nilai-nilai kami" dan memberi tahu dunia apa yang Anda yakini?

Menghabiskan waktu bersama tim Anda untuk menulis halaman ini akan memaksa CEO start-up untuk merefleksikan apa yang penting bagi mereka, dampak apa yang dapat mereka berikan pada masyarakat, dan mengatakannya kepada dunia. Hal ini pada gilirannya akan membantu mereka merekrut orang-orang yang akan berbagi nilai yang sama, mendapatkan uang dari investor yang memahami prinsip mereka, dan membangun budaya yang tepat untuk perusahaan multi-miliar dolar yang sehat di masa depan FinTech.

Daftar Pustaka

- Abyan, M. A. (2018). Konsep Penggunaan Financial Technology dalam Membantu Masyarakat Sub Urban di Indonesia dalam Melakukan Transaksi Finansial. April 2018. Universitas Indonesia. ResearchGate.
- Adam, A. (2017). "Pekerjaan yang Hilang karena Digitalisasi Perbankan" diambil dari <https://tirto.id/pekerjaan-yang-hilang-karena-digitalisasi-perbankancxfq> [19 Agustus 2018].
- Aini, Nur. (2018). Industri Fintech Peer to Peer Lending Tumbuh Paling Pesat. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/fintech/18/01/19/p2slug382-industri-fintech-peer-to-peer-lending-tumbuh-paling-pesat> (Diakses pada tanggal 24 Maret 2019 pukul 14.25)
- Apriyanto, Tri Setiyo. Tinjauan Atas Analisis Pencatatan Kredit Pensiun Pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Bandung. Tugas Akhir. Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, 2010.
- Baihaqi, J. (2018). Financial Technology Peer-To-Peer Lending Berbasis Syariah di Indonesia. *Tawazun : Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 116–132.
- Bv, Pushpa, Phani Satish. Prospects Of Non Conventional Souces Of Credit- A Case Study On Peer To Peer Lending In India. *IOSR Journal of Business and Management*. India: Institute of Management Associate Bharatiya Vidya Bhavan, 2016.
- Dendawijaya, L (2005). Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dorfleitner, G., et al. (2017). Fintech in Germany. Chapter 2: Definition of Fintech and Description of the Fintech Industry.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hanafi, M. (2004). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi UGM.
- Harahap, S. S. (2009). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Haryanto, S. (2012). Kinerja dan Efisiensi Bank Pemerintah (BUMN) dan BUSN yang Go Public di Indonesia. Juni 2012. Universitas Merdeka Malang.
- Haryono, J. (2005). Dasar-dasar Akuntansi. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Hery. (2017). Analisis Laporan Keuangan – Integrated and Comprehensive Edition. Jakarta: Grasindo.
- Istikhoroh, S. (2010). Manajemen Keuangan. Surabaya: Lembaga Pengkajian Perencanaan dan Pengembangan (LP3) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Kasmir. (2011). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2011). Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nababan, C. N. (2017). "BCA dan CIMB Niaga Pakai Strategi Berbeda Garap FinTech" diambil dari
- Pandia, F. (2012). Manajemen Dana dan Kesehatan Bank. Jakarta: Rineka Cipta.
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17(3), 236–263. <https://doi.org/10.1057/ejis.2008.15>

- Ponco, B. (2008). Analisis Pengaruh CAR, NPL, BOPO, NIM, dan LDR terhadap ROA (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2004 - 2007) di Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Raimanu, G. (2016). Analisis Daya Saing Indonesia Tahun 2016 – 2017: Sebuah Analisis Kebijakan Manajemen Keuangan Internasional. Universitas Tadulako. ResearchGate.
- Riswandi, Budi Agus. Inovasi Teknologi dan Hak Kekayaan Intelektual: Fenomena Disruptive Innovation. Kertas Kerja Pada Seminar Nasional Disruptive Innovation: Kajian Ekonomi & Hukum, 27 Juli 2017
- Supriyono, M. (2011). Buku Pintar Perbankan. Yogyakarta: Penerbit Andi.