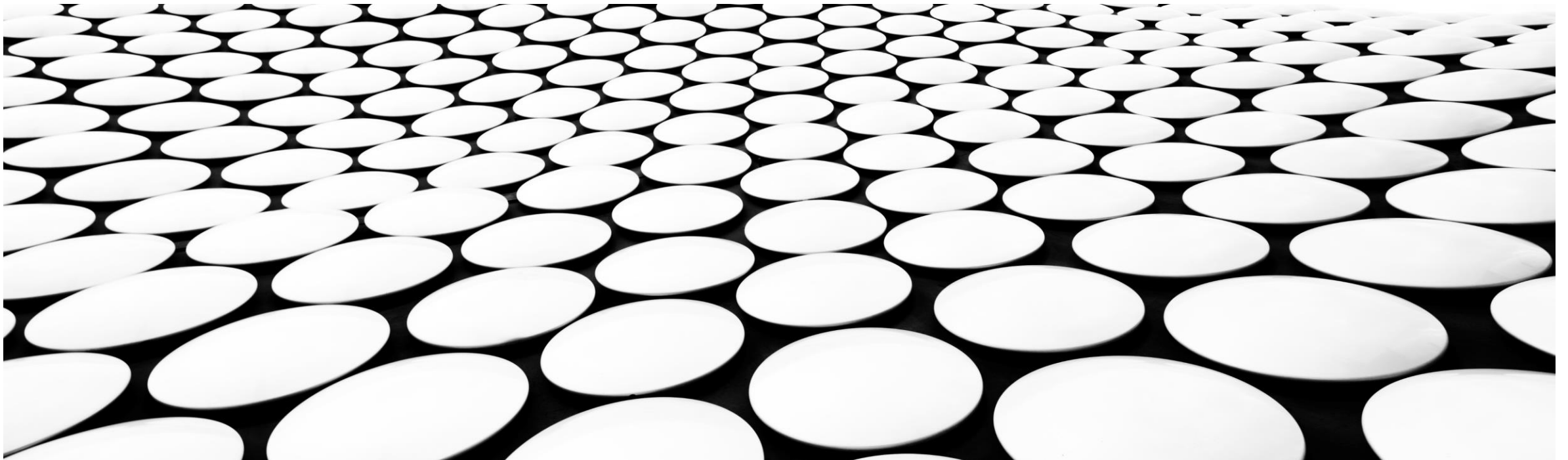

KASUS SINERGI BANKING – UMKM – DESA – DIGITAL

ARNO HARYO UTOMO, SE.,MM






BANK BRI

BRI Sinergikan Tiga Ekosistem untuk Akselerasi Digitalisasi
UMKM

KONTAN.CO.ID -

Jakarta PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk menyinergikan tiga ekosistem sebagai terobosan untuk mengakselerasi digitalisasi segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Tanah Air agar bertahan dan bangkit di tengah pandemi.


Ketiga ekosistem tersebut yakni ekosistem pasar, ekosistem digital dan ekosistem desa. Dengan memadukan tiga ekosistem tersebut, Bank BRI tengah membangun ekosistem bisnis sebagai sumber pertumbuhan berkelanjutan.



Direktur Utama Bank BRI Sunarso mengatakan sesuai pengembangan roadmap digital, Bank BRI bertekad melayani masyarakat sebanyak-banyaknya dengan biaya seefisien mungkin melalui *go smaller, go shorter dan go faster*.


“Situasi krisis akibat pandemi corona mendorong kami berinovasi lebih cepat. Kami menyinergikan tiga ekosistem sebagai cara kami mendigitalisasi UMKM agar terus bertumbuh, bangkit dari tekanan dampak corona,” kata Sunarso, dalam Webinar Nasional “The Future of Digital Banking”, Kamis (23/07).

Dalam sinergi tiga ekosistem tersebut, Bank BRI memberikan edukasi, pendampingan, infrastruktur dan branding serta promosi bagi pelaku usaha. Bentuk-bentuk dukungan tersebut dinilai sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM, selain faktor pembiayaan.



“Untuk ekosistem pasar misalnya, Bank BRI membantu pasar tradisional dengan memperkenalkan belanja online, baik melalui Whatsapp, website, mobile apps, maupun Kerjasama dengan start up. Kami bangun web pasar yang mendukung hasil panen dari desa mengalir ke pasar lalu diserap oleh konsumen melalui belanja online. Jadi kami digitalisasi pasar tradisional,” papar Sunarso.


Bank BRI berkomitmen untuk memperluas kehadiran web pasar sehingga semakin banyak pedagang tradisional yang diberdayakan dan jumlah pasar tradisional yang terdigitalisasi kian bertambah. Saat ini, Bank BRI memiliki 4.247 web pasar dengan jumlah pedagang terdaftar sebanyak 45.432 orang. Targetnya, Bank BRI dapat membangun 5.241 web pasar dan memberdayakan 52.410 orang.



“Potensi pasar tradisional di Indonesia ini mencapai 14.182 pasar dan jumlah pedagang sebanyak 2,54 juta orang. Kami mendedikasikan satu orang mantri di tiap-tiap pasar untuk memberi edukasi ke anggota ekosistem pasar, salah satunya terkait cashless society.”

Terkait ekosistem digital, Bank BRI telah menggandeng sejumlah perusahaan e-commerce besar dan ride hailing, mulai dari Tokopedia, Grab, Bukalapak, Shopee, Gojek, untuk pembiayaan KUR kepada merchant atau mitra mereka. Sementara untuk ekosistem desa, Bank BRI mendukung pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan cluster dan produk unggulan serta BUMDES.

Sunarso melanjutkan, langkah Bank BRI mengorkestrasi ekosistem digital tersebut merupakan salah satu dari tiga pilar strategi digital perseroan, selain digitalisasi bisnis proses dan menghadirkan bisnis model baru demi menunjang kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat.



“Kami terus melanjutkan transformasi bisnis, baik aspek digital dan budaya. Digital sudah menjadi DNA Bank BRI. Kami juga telah mengadopsi open banking dan membuka kemungkinan pemanfaatan teknologi blockchain untuk mendukung proses bisnis,” tukas Sunarso.

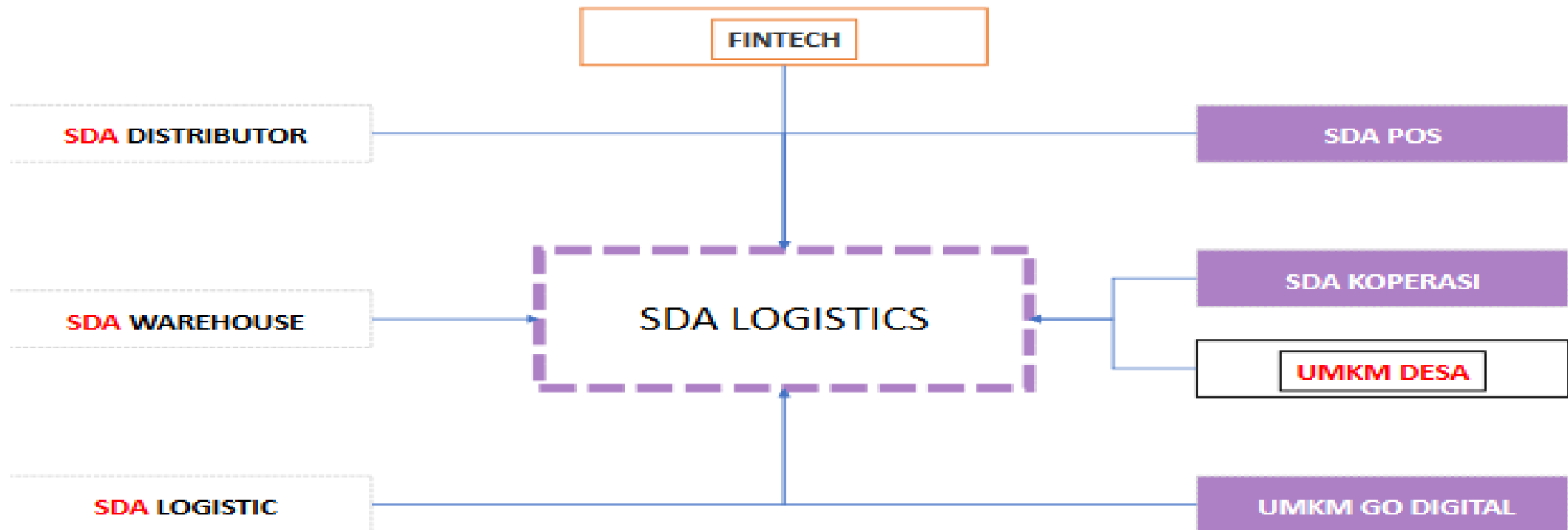
Berbagai produk dan layanan digital telah dihadirkan oleh Bank BRI, mulai dari BRIspot, Ceria (digital loan dan saving), BRIimo, hingga web pasar. Bank BRI juga agresif membangun Kerjasama dengan start up fintech seperti Investree, TaniHub, LinkAja, dan memperkuat channeling P2P lending seperti Modalku dan Investree.

MODEL PEMBERDAYAN SDA CONSULTING

**SISTEM LINKAGED PAYMENT SYSTEM
(SLINK – PAS)**

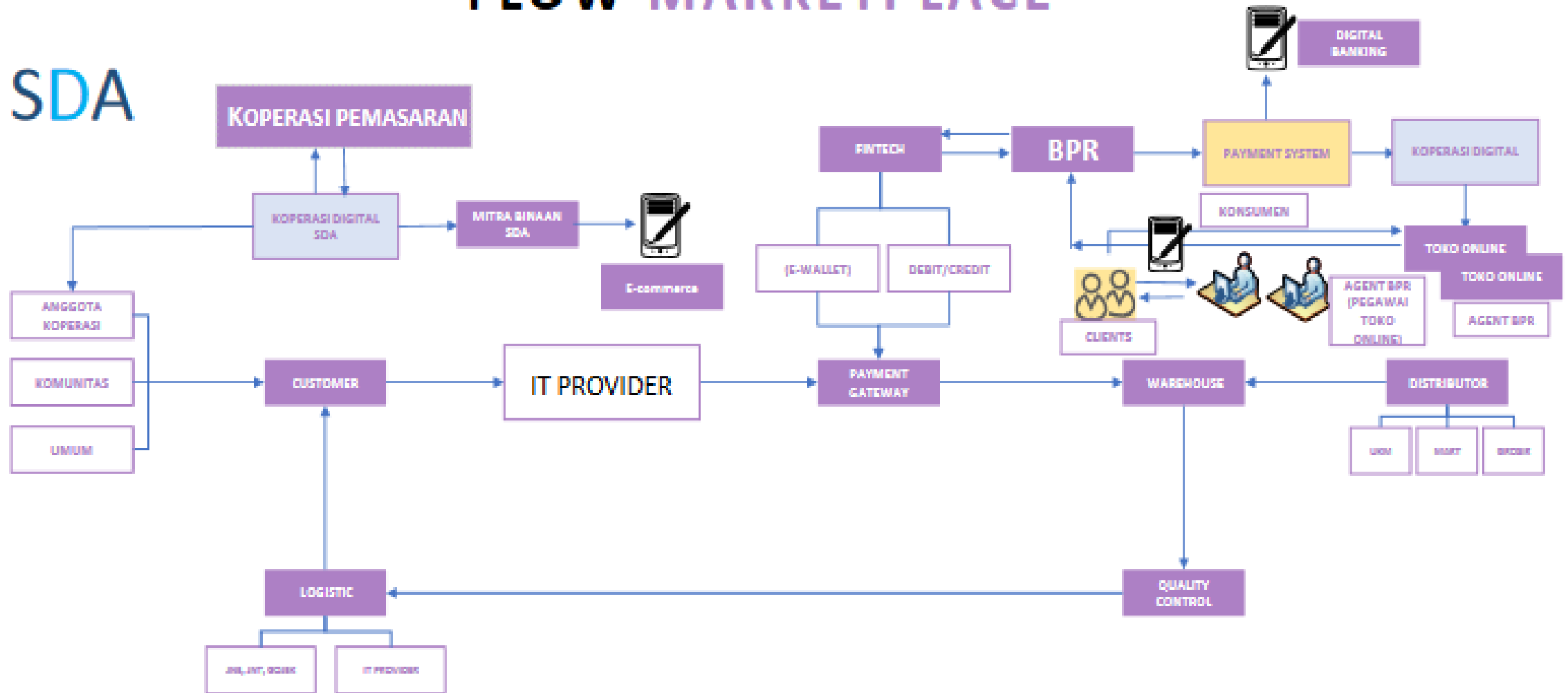
SOLUSI JASA PEMBAYARAN BERBASIS FINANCIAL TECHNOLOGY
(FINTECH) KOPERASI – BPR BAGI PASAR DIGITAL UMKM

ALUR PROSES



SDA

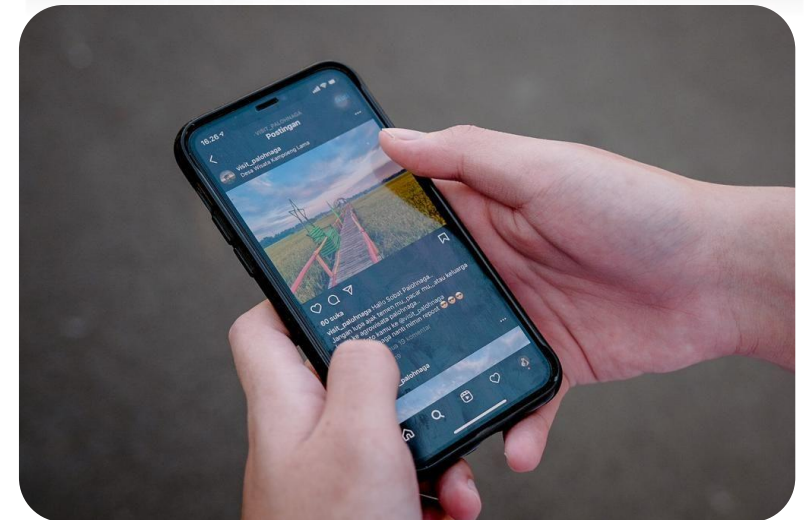
FLOW MARKETPLACE



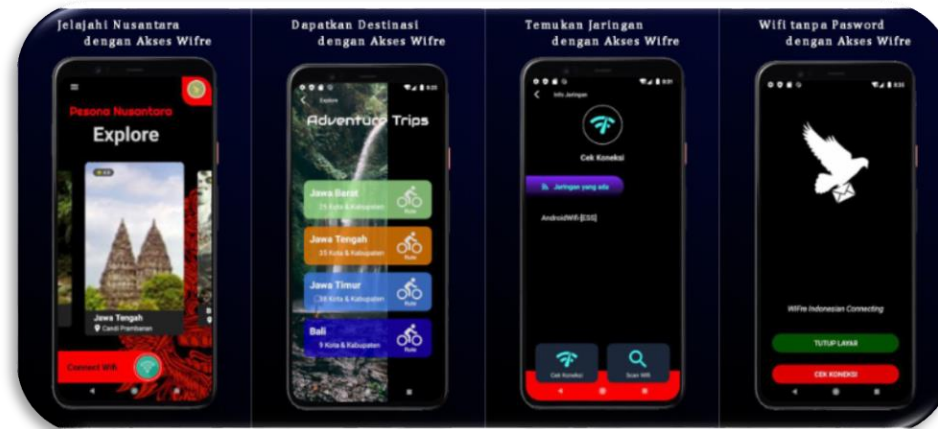
Pasar Baru UMKM:

Sasaran program:

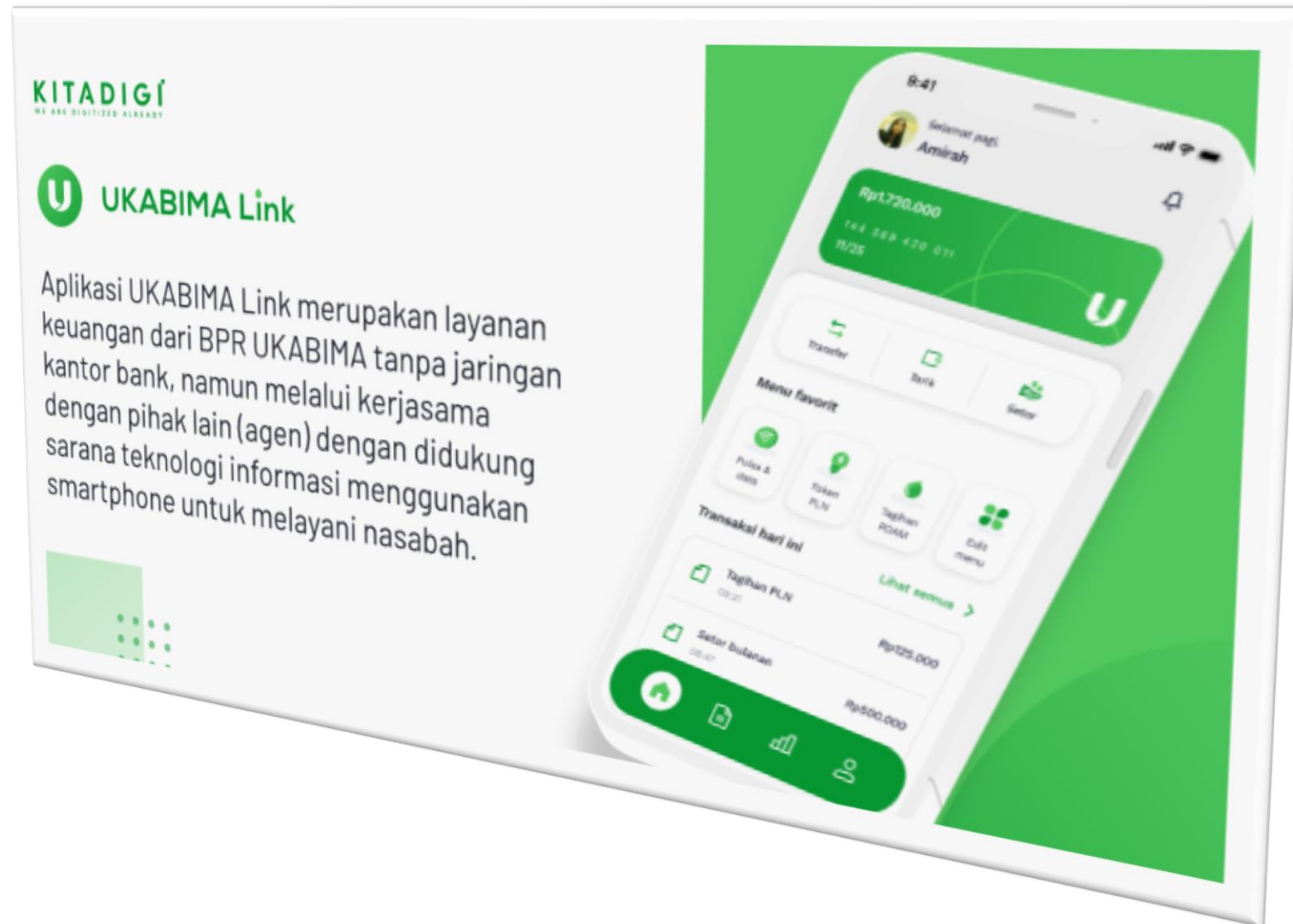
Menghidupkan potensi desa wisata dan BUMDES di setiap Kabupaten dan Propinsi. Dengan menggunakan model strategi Branding desa wisata berbasis Marketing Digital (dengan ditunjang oleh aplikasi WiFre yang membantu desa dalam jaringan internet desa). Semua UMKM binaan yang sdh sehat dan sdh menjadi anggota Koperasi binaan yang sdh berbasis digital akan menjadi pintu utama pengembangan UMKM berbasis digital dengan konsep desa wisata. Setiap UMKM yang sdh bergabung dengan koperasi berbasis digital maka akan mendapatkan akses langsung untuk mereka mempromosikan produk usaha mereka dengan konsep display dalam bentuk toko online melalui UMKM go Digital dan Aplikasi Pemasaran Digital dengan tujuan untuk membuka ruang pameran untuk menjual produk mereka baik secara langsung maupun secara digital., dengan basis “E-Commerce”.



Setiap UMKM yang masuk dalam system “E-Commerce” harus sudah terkelompok usaha dalam sistem cluster bisnis. Tujuannya adalah untuk lebih cepat mem Branding usaha lebih cepat untuk menarik buyer untuk menentukan pilihan dalam mereka bertransaksi. TUJUAN dari system Cluster adalah untuk membentuk kinerja industry kecil menengah (IKM) dan dapat dilakukan penilaian sectoral dengan model “Benchmarking”. Keunggulan sistem cluster usaha adalah juga untuk memudahkan pembinaan dan pendampingan bisnis baik secara online maupun secara konvensional., sekaligus untuk dapat melihat potensi pertumbuhan bisnis sectoral UMKM yang menjadi bahan informasi bagi pihak pemodal baik investor maupun perbankan. Target nya adalah menghidupkan dan menghubungkan potensi usaha lokal melalui desa wisata dengan BUMDES di setiap daerah kabupaten dan propinsi. Jika sasaran ini tercapai maka setiap kabupaten atau propinsi sdh memiliki kekuatan ekonomi lokal yang sdh di branding dalam sistem digital.



PENGEMBANGAN APLIKASI TERINTEGRASI BPR – KOPERASI DIGITAL PAYMENT SYSTEM



Mengapa KITADIGI

KITADIGI adalah rising start up besutan Monster Group, perusahaan IT terkemuka di Indonesia yang piawai menghadirkan solusi inovatif di bidang teknologi informasi. Pengalaman KITADIGI jadi modal utama untuk memastikan UKABIMA Link berjalan optimal serta mudah dipakai bagi setiap pengguna terutama agen BPR UKABIMA sebagai garda terdepan menjangkau nasabah atau masyarakat.



Sejak 2011



>300 tim andal



>200 klien puas



TERIMAKASIH