

Laporan Keberlanjutan 2020 (“Laporan Keberlanjutan”) PT Home Credit Indonesia

Laporan Keberlanjutan PT Home Credit Indonesia (“HCID” atau “Perusahaan”) dibuat dengan mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (“OJK”) Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik (“POJK No. 51/2017”), dan merupakan bagian dari Rencana Bisnis Perusahaan tahun 2021.

1. Strategi Keberlanjutan

Penerapan Keuangan Berkelanjutan Perusahaan akan meningkatkan ketahanan dan daya saing Perusahaan, sehingga Perusahaan mampu menumbuhkan dan menyediakan sumber pembiayaan yang dibutuhkan oleh masyarakat, sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.

Komitmen Perusahaan terhadap keberlanjutan tercermin dalam Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (“RAKB”). RAKB Perusahaan disusun sesuai dengan kondisi ekonomi terkini, perkembangan sosial dan lingkungan hidup, serta berpedoman pada POJK No. 51/2017. Strategi keberlanjutan disusun berdasarkan skala prioritas, yaitu dalam aspek pengembangan produk dan layanan keuangan berkelanjutan, dan menjalankan kegiatan usaha yang memperhatikan kelestarian lingkungan (misalnya menerapkan akuisisi pembiayaan secara digital, menggunakan kontrak pembiayaan dan formulir persetujuan tanpa kertas (*paperless contract and consent form*), memanfaatkan aplikasi seluler dan/atau kebijakan/prosedur tanpa kertas (*paperless policy/procedure*) dan menyediakan pembiayaan komoditas ramah lingkungan).

Strategi utama Perusahaan yang diimplementasikan untuk pertumbuhan keuangan yang berkelanjutan dan berdampak pada kemanfaatan bagi seluruh pemangku kepentingan berupa penyesuaian fokus bisnis dan digitalisasi proses bisnis.

Dalam lingkup yang lebih luas, Perusahaan memiliki Strategi Bisnis sebagai berikut:

- Digitalisasi lebih lanjut dan penyederhanaan proses akuisisi (*onboarding*) bagi konsumen baru dan membuat proses setiap konsumen yang kembali menggunakan produk kami mendekati instan/cepat, dengan pemanfaatan secara penuh Aplikasi Seluler My Home Credit (“**My Home Credit App**” atau “**Mobile Application**”) dalam perjalanan akuisisi (*onboarding*) konsumen di semua saluran.
- Pengurangan biaya akuisisi dengan memanfaatkan karyawan mitra kami untuk membantu penyelesaian transaksi dengan konsumen, melalui proses akuisisi (*onboarding*) pada My Home Credit App yang telah diperbaharui.
- Pengembangan lebih lanjut atas keputusan persetujuan pembiayaan kami menjadi 3 menit, yang merupakan waktu persetujuan terdepan pada industri pembiayaan, berkat penerapan pemeriksaan informasi debitur secara otomatis menggunakan biro kredit swasta seperti PEFINDO dan sumber data lainnya serta pengembangan kinerja *scorecard* secara otomatis.
- Peningkatan kualitas penilaian (*underwriting*) melalui pemanfaatan *big data* dari pihak ketiga untuk mengembangkan dan menyempurnakan proses *underwriting* kami. Hal ini membutuhkan penyesuaian dan pemantauan secara konstan agar kami dapat lebih memahami kondisi COVID-19 yang dinamis setiap harinya.
- Membuat penggunaan *open-loop* atas produk kami untuk memperluas penerimaan jaringan transaksi konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya kerjasama dengan penyedia sistem pembayaran pihak ketiga termasuk namun tidak terbatas pada penyedia E-Money, *payment gateway*, *biller aggregator* dan penyedia layanan sistem pembayaran lainnya termasuk bank.
- Diversifikasi lebih lanjut atas sumber pendapatan yang tidak hanya mengandalkan pendapatan bunga tetapi juga memperluas pendapatan dari kegiatan berbasis imbal jasa. Kami akan merintis *Value Added Service* (VAS) baru dari berbagai model bisnis selain terus memperluas kemitraan kami dengan penyedia asuransi.
- Meningkatkan Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*) kami dengan menggunakan perangkat analisis dan segmentasi tingkat lanjut, serta semakin meningkatkan program loyalitas dan penghargaan bagi konsumen.

2. Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan

Memasuki tahun ke-8 keberadaan kami di pasar Indonesia, kami sekarang memiliki model operasional yang terukur yang dapat kami kembangkan, baik secara geografis maupun *online*. Bisnis kami telah tumbuh 10 kali lipat antara tahun 2015 dan 2017 dan kami telah mencapai posisi terdepan dalam pasar pembiayaan konsumen tanpa jaminan (*unsecured consumer financing*), lebih cepat dari yang direncanakan. Tahun 2018 dan 2019 juga telah menunjukkan pertumbuhan berkelanjutan Perusahaan dari berbagai aspek bisnis (harap lihat tabel di bawah), serta pertumbuhan kontribusi sosial dan lingkungan.

a. Aspek Ekonomi

Ketika pandemi COVID-19 melanda pada akhir kuartal pertama tahun 2020, sebagian besar rumah tangga dan bisnis di Indonesia menghadapi tantangan yang signifikan, tidak terkecuali Perusahaan. Namun, karena fondasi yang kuat yang kami miliki dan tata kelola yang baik yang telah kami praktikkan, bersama dengan upaya ekstra melalui digitalisasi, optimalisasi dan efisiensi di berbagai aspek, Perusahaan berhasil berada di jalur pemulihan yang benar, yang semakin membuktikan bahwa bisnis kami di Indonesia secara ekonomi dapat berkelanjutan.

Perusahaan mendukung kelestarian lingkungan dengan cara memberikan pembiayaan barang yang mendukung kelestarian lingkungan. Jenis barang yang didukung Perusahaan antara lain adalah sepeda beserta aksesorinya, sesuai dengan tren pasar saat ini. Di bawah ini adalah ringkasan rincian pembiayaan produk yang mendukung lingkungan berkelanjutan.

Deskripsi (dalam jutaan Rupiah)	Okt 2020	2019	2018
Pembiayaan Multiguna – Hanya Produk Berkelanjutan			
Nilai Pembiayaan	122.342	165.499	68.078
Jumlah Kontrak Baru	26.521	36.746	15.965
Laporan Keuangan Perusahaan			
Pendapatan Kotor	2.727.493	3.442.813	2.412.896
Laba Tahun Berjalan	-265.158	115.985	97.097
Total Laba Komprehensif Tahun Berjalan	-233.292	110.033	101.806
Nilai pembiayaan Produk dan/atau Jasa yang Memenuhi Kriteria Kegiatan Usaha Berkelanjutan (Pembiayaan Barang Ramah Lingkungan)	122.342	165.499	68.078

b. Aspek Lingkungan Hidup

Perusahaan juga terus berpartisipasi aktif dan mendorong keberlanjutan lingkungan sosial melalui kampanye efisiensi energi secara terus menerus di kantor Perusahaan. Perusahaan juga telah membuat kemajuan signifikan dalam beralih ke proses pembiayaan tanpa kertas (*paperless financing process*) yang lebih berwawasan lingkungan karena pemohon pembiayaan tidak perlu pergi ke tempat penjualan secara fisik terlebih dahulu yang mengakibatkan jejak karbon dari penggunaan kendaraan bermotor.

Selama situasi pandemi COVID-19, Perusahaan juga telah menyarankan sebagian besar karyawan untuk bekerja dari rumah yang pada akhirnya mengurangi penggunaan kertas, listrik dan air di kantor, serta mengurangi jejak karbon untuk pergi ke dan pulang dari kantor.

Dalam melaksanakan kegiatan usaha dan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga memperhatikan aspek lingkungan dimana Perusahaan selalu berusaha untuk menggunakan energi (listrik) dan kertas secara efisien. Mulai tahun 2018, Perusahaan telah menerapkan perjanjian pembiayaan tanpa kertas (*paperless contract*) yang membantu mengurangi penggunaan kertas dan toner. Semua perjanjian pembiayaan sudah dibuat dalam bentuk PDF dan dikirim ke alamat email konsumen. Penggunaan listrik dan pemakaian kertas sudah kami rangkum dari tahun 2018 hingga Oktober 2020 seperti di bawah ini.

Biaya penggunaan listrik dan kertas

Deskripsi	Nominal (dalam jutaan Rupiah)		
	Okt 2020	2019	2018
Penggunaan Listrik	6.091	9.071	8.014
Penggunaan Kertas	72	300	872

c. Aspek Sosial

Selain menerapkan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga memberdayakan masyarakat, dengan menyelenggarakan kegiatan kelas Literasi Keuangan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat untuk mengelola keuangan dengan baik secara mandiri. Selain itu, kami juga memberikan pengetahuan tentang produk jasa keuangan khususnya pembiayaan, tentang cara pengajuan pembiayaan di Perusahaan dan dokumen apa saja yang perlu disiapkan. Kami juga menyediakan video *podcast* dan konten tentang pengelolaan keuangan yang disebarluaskan melalui media sosial.

Perusahaan telah mengadakan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau "TJSL") sebagai wujud komitmen Perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, khususnya dalam situasi pandemi COVID-19 dengan memberikan bantuan alat kesehatan kepada tenaga medis berupa Alat Pelindung Diri ("APD"), sarung tangan, dan masker ke 27 Rumah Sakit di 8 kota, yaitu Jakarta, Kupang, Padang, Bogor, Makassar, Bandung, Cirebon dan Surabaya, dengan tujuan untuk memberikan perlindungan diri bagi tenaga medis yang merawat pasien COVID-19, serta bantuan berupa 15 unit tablet Advan Tab 8 kepada Rumah Sakit Pusat Angkatan Darat Gatot Subroto dengan tujuan membantu pasien COVID-19 berkomunikasi dengan keluarga, teman terdekat sehingga dapat membantu proses penyembuhan penderita COVID-19.

Perusahaan memberikan kesempatan kepada penyandang disabilitas untuk bekerja di Perusahaan sesuai dengan bidang kemampuan masing-masing. Kegiatan ini dilakukan dengan bekerja sama dengan Thisable Entrerprise dengan tujuan untuk "Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan individu dan kelompok dalam masyarakat, terutama penyandang disabilitas melalui pengurangan kesenjangan kekayaan, ketidakseimbangan ras dan mempromosikan kesetaraan pekerjaan". Selain itu juga Perusahaan memberikan pelatihan tentang budidaya jangkrik bagi para penyandang disabilitas agar mereka dapat membuka usaha sendiri secara mandiri dan memiliki penghasilan yang berkelanjutan.

Selain itu, kami juga berpartisipasi dalam program inisiatif pemerintah untuk menawarkan bantuan berupa relaksasi/keringanan pembiayaan kepada konsumen yang terkena dampak COVID-19 dalam bentuk penundaan/penangguhan pembayaran angsuran dan perpanjangan tenor pembayaran angsuran. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan keberlanjutan sosial kepada konsumen yang kurang beruntung. Kami juga memperluas cakupan asuransi perlindungan pembayaran angsuran kami untuk menyertakan peristiwa yang disebabkan oleh COVID-19, dan memperpanjang periode perlindungan setelah relaksasi/keringanan pembayaran konsumen disetujui.

3. Profil Singkat Perusahaan

a. Visi, Misi dan Nilai Keberlanjutan Perusahaan

Visi dan misi Perusahaan adalah sebagai berikut:

- **Visi**
 - a. Menawarkan kesempatan kerja jangka panjang, stabil, dan menarik kepada karyawan kami.
 - b. Membantu konsumen mewujudkan mimpi-mimpi dan ambisi mereka dengan menyediakan layanan pembiayaan yang aman dan terpercaya.
 - c. Menyediakan layanan pembiayaan yang inovatif.
 - d. Mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara mendukung konsumsi domestik.
- **Misi**

Kami ada untuk mengubah cara dunia berbelanja dengan menjadi mitra belanja yang dikombinasikan dengan pembiayaan tanpa batas dengan penawaran harian yang besar.

Kami ingin mengubah dunia bisnis dimana kami menjalankan Perusahaan digital dan sederhana dengan produk yang memberikan keterlibatan dengan konsumen yang lebih sering, dan terfokus pada Mobile Application kami.

Dalam menjalankan bisnis kami, kami menjunjung nilai-nilai Perusahaan sebagai berikut:

1. Adil

- Kami memperlakukan karyawan dan mitra bisnis kami dengan hormat.
- Kami menunjukkan empati dan kebaikan kepada semua orang tanpa memandang etnis, status sosial atau kedudukan, jenis kelamin atau orientasi seksual.
- Kami tidak menggunakan kelemahan orang untuk keuntungan Perusahaan, rendah hati dan bertindak dengan integritas.
- Kami terus berupaya meningkatkan keterampilan sumber daya manusia sebagai pemimpin di dalam Home Credit dan mengharapkan umpan balik.
- Kami menyadari bahwa cara kami memperlakukan karyawan kami akan tercermin dari cara kami memperlakukan konsumen kami.

2. Fokus Pada Hasil

- Mencapai target Perusahaan dan tujuan individu akan selalu dan terus-menerus menjadi fokus kami.
- Kami menyadari perspektif yang lebih luas dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang hanya dapat terbangun dengan pola pikir yang berfokus pada konsumen.
- Keputusan kami tepat waktu dan diikuti oleh tindakan yang terukur. Kami selalu melakukan yang terbaik untuk melampaui target yang telah disepakati dengan terfokus pada strategi dan prioritas.
- Untuk mencapai hasil jangka panjang, kami berpegang pada proses internal yang benar, pedoman etika, dan menghindari jalan pintas.
- Kami dengan teguh mendorong diri kami sendiri dan orang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan kami selalu berusaha mencari kesempatan untuk memberikan bantuan.

3. Berjiwa Wirausaha

- Di setiap area tanggung jawab karyawan, kami bertindak seperti kami bekerja untuk perusahaan kami sendiri.
- Kami sepenuhnya bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan kami.
- Kami mengkomunikasikan visi dan strategi kami kepada karyawan kami, untuk menginspirasi pekerjaan mereka dan memimpin mereka secara efektif.
- Kami berusaha keras untuk mengidentifikasi atau menciptakan dan kemudian menangkap peluang dan mengambil sikap belajar dari kesalahan.
- Di atas dan di luar kepentingan individu, kami mendukung, membantu, dan bekerja sama dengan kolega kami untuk selalu menemukan jalan terbaik untuk My Home Credit App, yang sejalan dengan visi dan strategi kami.

4. Inovatif

- Kami secara aktif berkontribusi dan mendorong rekan satu tim dan semua karyawan dengan cara berpikir yang *out of the box*.
- Kami menghargai ketika karyawan memberikan ide-ide baru dan tidak akan mengabaikannya tanpa diskusi secara terbuka dan jujur.
- Kami mendorong karyawan untuk berbicara dan menantang *status quo*. Kami menghargai ide-ide bahkan untuk pengembangan kecil, karena dapat membuat perbedaan yang besar.
- Kami senang menghadapi tantangan baru dan terus mempelajari hal-hal baru untuk beradaptasi dengan bisnis kami yang berkembang pesat dan gesit.
- Kami berupaya menciptakan lingkungan yang positif untuk perubahan, implementasi inisiatif baru dan pengembangan proses.

b. Nama, Alamat, Nomor Telepon, Alamat Email, dan Situs Web Perusahaan

PT Home Credit Indonesia

Alamat: Plaza Oleos Lantai 8, Jl. T.B. Simatupang No. 53A, Jakarta Selatan 12520.

Nomor Telepon: (+6221) 2953 9655

Situs Web: www.homecredit.co.id

Layanan Konsumen: care@homecredit.co.id

Media Sosial:



c. Skala Usaha Perusahaan

• **Aset atau Kapitalisasi Aset Total dan Kewajiban Total (dalam jutaan Rupiah)**

Deskripsi	2020*	2019
Total aset atau kapitalisasi aset	4.457.288	6.689.089
Total kewajiban	3.404.983	5.272.797

*) data per Oktober 2020

• **Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin, Jabatan, Usia, Pendidikan dan Status Ketenagakerjaan**

Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi	2020*	2019
Pria	4.480	6.581
Wanita	3.009	4.945
Total	7.489	11.526

*) data per Oktober 2020

Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan

Deskripsi	2020*	2019
Direksi dan Kepala Fungsi	15	14
Manajer	220	251
Staf dan pelaksana	7.254	11.261
Total	7.489	11.526

*) data per Oktober 2020

Jumlah Karyawan Berdasarkan Usia

Deskripsi	2020*	2019
<30 tahun	4.640	8.349
30-50 tahun	2.818	3.147
>50 tahun	31	30
Total	7.489	11.526

*) data per Oktober 2020

Jumlah Karyawan Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi	2020*	2019
S3	0	0
S2	46	66
S1	2.144	2.640
Diploma 3	562	618
Sekolah Dasar – Sekolah Menengah Umum (SD-SMU)	4.737	8.202
Total	7.489	11.526

*) data per Oktober 2020

Jumlah Karyawan Berdasarkan Status Ketenagakerjaan

Deskripsi	2020*	2019
Permanen	4.022	5.122
Kontrak, Pekerja Harian Lepas dan Tenaga Alih Daya	3.467	6.404
Total	7.489	11.526

*) data per Oktober 2020

- **Persentase pemilikan saham**

Mayoritas saham Perusahaan yaitu sebesar 85% dimiliki oleh Home Credit Indonesia B.V., anggota PPF Group.

- **Wilayah Operasional**

Per Oktober 2020, kami memiliki 15.179 *Point of Sales* (“POS”) di seluruh Indonesia. Dimulai pada November 2015 dengan ekspansi ke Makassar dan Surabaya, diikuti dengan Semarang, Yogyakarta, Denpasar, Malang, Pekanbaru, Medan, Batam dan Palembang pada tahun 2016 dan Balikpapan, Banjarmasin, Pontianak, Manado, Lampung, Samarinda, Padang, Mataram, Palu, Jambi dan Cirebon pada tahun 2017. Kami telah mengembangkan model bisnis kami ke 9 kota tingkat menengah (Tier 2 dan 3) baru: Kediri, Pangkal Pinang, Bengkulu, Kendari, Gorontalo, Ambon, Kupang, Banyuwangi dan Aceh pada akhir tahun 2018. Sedangkan untuk tahun 2019 kami berekspansi ke Madiun, Purwokerto, Dumai dan Solo serta beberapa daerah lainnya.

Untuk mendukung kegiatan ekspansi kami sebagaimana disebutkan di atas, kami menyiapkan dan membuka Kantor Pelatihan dan Administrasi yang bukan merupakan Kantor Cabang, tetapi dianggap sebagai “Kantor Selain Kantor Cabang”. Kantor Selain Kantor Cabang ini tidak melaksanakan proses penilaian/*underwriting* dan tidak memiliki kewenangan untuk memberikan persetujuan pembiayaan kepada calon konsumen, karena proses *underwriting* dan persetujuan pembiayaan dilakukan secara terpusat di Kantor Pusat Perusahaan. Per Oktober 2020, kami memiliki 31 Kantor Selain Kantor Cabang di seluruh Indonesia.

d. Penjelasan Singkat Mengenai Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan

Kegiatan usaha Perusahaan meliputi Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran, Kartu Kredit dan Kegiatan Berbasis Imbal Jasa. Pada Agustus 2020, Perusahaan juga telah meluncurkan Home Credit Pay, produk uang elektronik berbasis *server co-branding* yang bekerja sama dengan Kaspro, untuk mendukung aktivitas bisnis Perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan usaha tersebut di atas, Perusahaan memanfaatkan saluran distribusi sebagai berikut (*omni channel*):

(1) *Point of Sales* (“POS”) Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan POS kami dalam kerangka Pembiayaan Multiguna mencakup pembiayaan ke jaringan ritel dan ritel independen. Dimulai pada November 2015 dengan ekspansi ke Makassar dan Surabaya, diikuti dengan Semarang, Yogyakarta, Denpasar, Malang, Pekanbaru, Medan, Batam dan Palembang pada tahun 2016 dan Balikpapan, Banjarmasin, Pontianak, Manado, Lampung, Samarinda, Padang, Mataram, Palu, Jambi dan Cirebon pada tahun 2017. Kami telah mengembangkan model bisnis kami ke 9 kota baru tingkat menengah: Kediri, Pangkal Pinang, Bengkulu, Kendari, Gorontalo, Ambon, Kupang, Banyuwangi dan Aceh pada akhir tahun 2018. Sedangkan untuk tahun 2019 kami berekspansi ke Madiun, Purwokerto, Dumai dan Solo serta beberapa daerah lainnya.

Untuk mendukung kegiatan ekspansi kami tersebut, kami menyiapkan dan membuka Kantor Pelatihan dan Administrasi yang bukan merupakan Kantor Cabang, tetapi dianggap sebagai Kantor Selain Kantor Cabang sebagaimana telah dijelaskan di atas.

Kami memanfaatkan mitra ritel utama untuk membantu kami berkembang di seluruh Indonesia serta menarik mitra regional baru baik di jaringan pemasaran Modern maupun Tradisional dan

pada akhir Oktober 2020 kami telah mencapai 15.179 titik penjualan. Mengingat kondisi saat ini, kami akan terus mengevaluasi efektivitas dari setiap titik penjualan, dan melakukan penyesuaian sepanjang tahun 2020.

Jumlah <i>Point of Sales</i>	Des-19 (Anggaran)	Des-19 (Realisasi)	Des-20 (Anggaran)	Okt-20 (Realisasi)
Total <i>Point of Sales</i> (ekspektasi)	15.622	18.973	17.672	15.179

Kami memastikan mitra bisnis dan karyawan kami mendapat dukungan yang baik. Kami telah mengembangkan dan memperkuat tim kami di semua level sebagai persiapan pertumbuhan ini.

Kami hanya menjalin kerja sama dengan para mitra/pedagang ritel dengan reputasi baik, yang menjual produk dan layanan yang sesuai untuk dibiayai dan memiliki etika pelayanan konsumen yang sama dengan kami.

(2) Pembiayaan Multiguna FlexiFast

Perusahaan juga menyediakan pembiayaan kepada orang-orang yang telah menjadi konsumen untuk membeli produk atau jasa. Sejak Desember 2015, Perusahaan menyediakan pembiayaan kepada orang-orang yang telah menjadi konsumen untuk berbagai tujuan, seperti: (a) Perbaikan/Pengisian Rumah; (b) Gaya Hidup; (c) Liburan; (d) Pendidikan; (e) Acara Khusus; (f) Kesehatan; (g) Kendaraan Bermotor (modifikasi/perbaikan, servis dan pembelian suku cadang); dan (h) elektronik, telepon genggam dan gawai (gadget), kecuali untuk tujuan penggunaan yang tidak diperbolehkan untuk dibiayai, seperti: (a) Investasi; (b) Modal Usaha; (c) Pinjaman; (d) Pajak/Sertifikat Hak Milik; dan (e) tujuan yang dianggap memiliki risiko tinggi dan dilarang oleh peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Sejak September 2017, kami telah menerapkan proyek tanpa menggunakan kertas (*paperless*) (yaitu kontrak pembiayaan elektronik dan penandatanganan elektronik) untuk para konsumen Pembiayaan Multiguna Flexifast kami dimana kami memberikan kontrak pembiayaan elektronik melalui Telesales dan kemudian konsumen akan menandatangani kontrak pembiayaan elektronik tersebut dengan menggunakan kode verifikasi yang akan kami kirimkan langsung ke nomor telepon konsumen yang terdaftar.

Mulai tahun 2018, konsumen kami dapat mengajukan Pembiayaan Multiguna FlexiFast dengan mengajukan aplikasi pembiayaan melalui My Home Credit App yang berlaku sebagai alat layanan mandiri untuk melakukan penjualan silang (*cross sell*) dan juga untuk para konsumen baru untuk Perusahaan. Konsumen kami dapat mengunduh My Home Credit App dari telepon genggam mereka dan dapat mengajukan Pembiayaan Multiguna FlexiFast melalui aplikasi dan juga menerima informasi umum perihal pembiayaannya dengan kami. Perusahaan akan tetap menyediakan pembiayaan kepada konsumen kami sesuai dengan tujuan penggunaan sebagaimana kami telah sebutkan di atas.

Fokus kami saat ini adalah untuk memiliki ikatan lebih dengan konsumen kami yang telah ada sejak proses akuisisi konsumen melalui komunikasi yang menjelaskan produk pembiayaan secara lebih baik dan bagaimana menggunakan produk tersebut secara efektif dan juga bagaimana menyederhanakan interaksi dengan Perusahaan melalui saluran digital (Mobile Application). Selain itu, kami telah mengembangkan program-program retensi untuk dapat menjaga konsumen kami untuk jangka waktu yang lebih panjang dengan menyediakan pembiayaan yang lebih baik dari waktu ke waktu.

(3) Aplikasi Seluler My Home Credit Indonesia (My Home Credit App)

Dengan lebih dari delapan juta pengguna yang terdaftar, ambisi My Home Credit App adalah mengenalkan interaksi yang cepat dengan para konsumen dan calon konsumen kami sehari-hari. Kami terus melakukan investasi secara signifikan untuk memperkenalkan fitur-fitur layanan yang baru untuk meningkatkan pengalaman konsumen kami secara terus menerus. My Home Credit App yang awalnya merupakan layanan *online self-servicing* sekarang berkembang menjadi sarana utama untuk berinteraksi antara konsumen dan Perusahaan, secara reguler termasuk pendistribusian seluruh produk. Kesuksesan ini didukung oleh pertumbuhan aksesibilitas telepon

pintar (*smartphones*) dan koneksi internet di seluruh Indonesia. Kami mengubah model bisnis kami menuju bisnis yang berpusat pada aplikasi seluler/*Mobile Application*.

Perkembangan dan/atau perbaikan secara terus menerus atas *User Interface* memberikan pengembangan yang signifikan atas pengalaman dan kepuasan konsumen dengan layanan kami. Kami akan menerapkan teknologi yang terbaru, agar kami dapat memahami lebih baik karakter pengguna dengan menggunakan aplikasi seluler/*Mobile Application*. Kami juga telah memperkenalkan beberapa personalisasi fitur-fitur, yang dapat membuat *Mobile Application* lebih mudah digunakan untuk pengguna dalam hal preferensi individu (*user friendly*). Tentunya, platform ini dibuat dengan tetap patuh pada semua peraturan terkait agar Perusahaan dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen dan perlindungan dunia maya (*cyber security*).

My Home Credit App juga menyediakan produk digital seutuhnya. Konsumen lama maupun calon konsumen dapat melakukan permohonan, baik permohonan produk yang baru atau produk penjualan silang (*cross-selling*). Melalui cara ini kami dapat memiliki komunitas yang lebih besar dalam sistem pembiayaan dan menyediakan inklusi keuangan yang lebih mudah bagi masyarakat Indonesia. Visi perkembangan *Mobile Application* adalah dengan membawa platform ke dunia “*off-line*” untuk menjembatani antara ritel *Online* dan POS dengan Perusahaan. Kami akan memperkenalkan platform kami kepada mitra POS kami untuk dapat memperluas akuisisi saluran pembiayaan dan dapat menyentuh konsumen *online* kami. Bagian terakhir atas perkembangan *Mobile Application* kedepannya akan menyentuh kebutuhan sehari-hari. My Home Credit App akan menjadi platform yang simpel dan aman untuk berkomunikasi dan bertransaksi. Kami ingin tetap mempertahankan program kesetiaan konsumen (*customer loyalty program*) yang disediakan di dalam platform, yang menawarkan layanan tambahan/*value added services* (yaitu asuransi) melalui kerjasama dengan pihak ketiga serta memberikan layanan yang dapat mengelola produk konsumen seperti Pembiayaan Multiguna, Kartu Kredit, e-Wallet dan/atau e-Money melalui platform *Mobile Application*.

Konsumen yang akan mengajukan pembiayaan melalui My Home Credit App dapat menikmati penggunaan pelayanan secara *self-service* dan dapat menggunakan My Home Credit App untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan layanan yang mudah, sehingga akan mengurangi jumlah konsumen yang menelpon ke pusat layanan konsumen kami dan pada akhirnya dapat mengurangi biaya layanan.

(4) Pembiayaan Multiguna Melalui Platform E-Commerce

Sejak 2017, Perusahaan telah melakukan kerjasama dengan toko *online* dan telah meluncurkan pembiayaan platform E-Commerce kepada para konsumen. Perusahaan telah melakukan kerjasama dengan 16 e-commerce di pasar Indonesia. Yang terbesar adalah: Tokopedia, Bukalapak, Blibli.com, Bhinneka.com, Citilink dan AirAsia (per Oktober 2019). Pada tahun 2020, Perusahaan akan lebih berfokus untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dengan para mitra Perusahaan yang telah ada, dengan lebih mengoptimalkan bauran produk kami serta promosi dan pemasaran kami. Selain itu, Perusahaan akan menyediakan layanan pembiayaan kepada penyedia jasa sistem pembayaran seperti Dompot Elektronik (e-Wallet) dan/atau Uang Elektronik (e-Money).

Perusahaan telah memperkenalkan *marketplace* (baik sebagai *lead generation* dan produk Pembiayaan Multiguna) dengan bekerja sama dengan para pemain *e-commerce*. *Marketplace* tersebut dapat diakses oleh konsumen yang baru maupun konsumen Perusahaan yang telah ada. Konsumen akan mendapatkan keuntungan penawaran secara khusus dan unik (baik untuk barang dan layanan) yang dirancang oleh Perusahaan dan mitra *e-commerce*.

Perusahaan akan menggunakan baik platform *Mobile Application* serta *website* untuk mendukung perjalanan konsumen (*customer journey*) yang mudah, yang dapat memberikan pengalaman konsumen dan kepuasan konsumen yang baik.

(5) Pembiayaan Multiguna Online melalui My Home Credit App

Setelah dengan cermat mengevaluasi produk dan peluang, Perusahaan memutuskan untuk menghentikan produk ini pada tahun 2020. Perusahaan akan terus melayani kebutuhan

konsumen dengan target di segmen ini dengan menawarkan pembiayaan multiguna untuk transaksi online dan/atau produk PayLater.

(6) Pembiayaan Multiguna untuk Transaksi *Online* dan/atau Sistem Pembayaran

Pembiayaan multiguna untuk transaksi online pada awalnya menunjukkan kinerja yang sangat kuat pada kuartal pertama tahun 2020. Namun produk ini juga telah menghadapi dampak pandemi COVID-19 yang ditunjukkan dengan penurunan volume pada kuartal kedua akibat perubahan strategi Perusahaan termasuk tetapi tidak terbatas pada penghentian kerjasama dengan mitra-mitra kecil, penerapan strategi *underwriting* yang lebih ketat dan batasan jumlah pembiayaan yang lebih rendah. Angka pada kuartal ketiga mulai membaik, hal ini didukung oleh perbaikan proses dan promosi yang dijalankan dengan mitra, meski masih lebih rendah dari angka pada kuartal pertama tahun 2020.

Selain itu, sebagai tanggapan terhadap tren pasar pembayaran seluler elektronik, Perusahaan telah merencanakan untuk meluncurkan produk PayLater pada kuartal terakhir tahun 2020.

e. Keanggotaan Pada Asosiasi

Perusahaan adalah anggota aktif pada asosiasi di bawah ini:

1. Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (“**APPI**”).
2. Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (“**AKKI**”).

4. Penjelasan Direksi

a. Kebijakan untuk Merespon Tantangan dalam Pemenuhan Strategi Keberlanjutan

Berdasarkan RAKB 2020, Perusahaan telah menentukan 3 program jangka pendek sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang Keuangan Berkelanjutan, baik internal maupun eksternal, termasuk karyawan dan semua mitra Bisnis (“**B2B**”), misalnya mengadakan kampanye kesadaran aktivitas ramah lingkungan (penghematan listrik, kertas dan air) melalui email, situs web, atau aplikasi mobile.
- 2) Menerapkan program kantor ramah lingkungan (mengorganisasi kegiatan operasional bisnis yang ramah lingkungan) misalnya penerapan kontrak/perjanjian pembiayaan tanpa kertas (*paperless contract*), lembar tagihan elektronik kartu kredit (*credit card electronic statement*), penghematan listrik dan penggunaan *Document Management System - JIRA* sebagai alat persetujuan tanpa kertas untuk dokumen kebijakan/prosedur Perusahaan.
- 3) Bekerjasama dengan mitra yang relevan seperti bekerja sama dengan mitra baru yang menjual produk ramah lingkungan, melakukan pendekatan kepada Produsen/Pemegang Merek (*Brands*) untuk membuat kampanye promosi melalui promo yang dilakukan oleh pemegang merek ataupun membuat promosi melalui loyalitas pelanggan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pelaksanaan program berkelanjutan dan strategi keberlanjutan menghadapi berbagai kendala dan tantangan, antara lain belum semua pihak memiliki pemahaman yang sama tentang pelaksanaan keuangan berkelanjutan, dan terkadang terdapat kendala teknis yang terjadi dalam pelaksanaan program. Selain itu, kondisi saat ini yang terdampak oleh COVID-19, memaksa konsumen kami untuk mengurangi pengeluarannya. Namun, pada sisi positifnya, kami dapat membiayai produk sepeda beserta aksesorinya yang saat ini menjadi tren baru sekaligus mendukung kelestarian lingkungan.

Meskipun dalam keadaan sebagaimana disebutkan di atas, Direksi dan manajemen Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan dan melanjutkan penerapan Keuangan Berkelanjutan, dan berkomitmen untuk selalu membangun bisnis yang berkelanjutan yang tidak hanya memprioritaskan keuntungan, dan kami percaya kesuksesan jangka panjang hanya dapat dibangun dengan pola pikir yang berfokus pada konsumen.

Komitmen tersebut diwujudkan dengan menerapkan nilai-nilai yang dimiliki Perusahaan yaitu Adil (*Be Fair*), Fokus Pada Hasil (*Be Focused on Result*), Berjiwa Wirausaha (*Be Entrepreneurial*) dan Inovatif (*Be Innovative*).

Dalam melaksanakan program Keuangan Berkelanjutan, khususnya terkait dengan program kantor ramah lingkungan (*green office*), Perusahaan telah berhasil dalam menerapkan digitalisasi pada beberapa proses bisnis dan memanfaatkan Teknologi Informasi untuk mendukung pencapaian program Keuangan Berkelanjutan.

Sejak Maret 2018, Perusahaan telah memulai penggunaan kontrak pembiayaan tanpa kertas (*paperless contract*) secara bertahap. Perusahaan akan tetap menggunakan kontrak dan tanda tangan dalam bentuk elektronik, sehingga kontrak akan dikirimkan dalam bentuk *soft copy* ke alamat email konsumen dan tidak diperlukan lagi kertas untuk mencetak kontrak. Dimana penggunaan kontrak pembiayaan tanpa kertas (*paperless contract*) telah memberikan kontribusi yang besar terhadap efisiensi Beban Operasional kami, terutama terkait penggunaan kertas.

Selama periode 2019 hingga 2020, Perusahaan berhasil mengembangkan dan memanfaatkan *Document Management System - JIRA* ("**DMS-JIRA**") sebagai alat persetujuan dokumentasi kebijakan dan prosedur. Sebelumnya persetujuan untuk semua kebijakan dan/atau prosedur menggunakan tanda tangan basah dalam bentuk cetak/*hard copy*. Dengan menggunakan DMS-JIRA ini maka proses persetujuan sebagian besar kebijakan/prosedur (*non-mandatory policy/prosedur*) akan dilakukan secara elektronik dan kebijakan/prosedur tersebut akan berbentuk *soft copy* (file PDF). Perusahaan tetap memiliki kebijakan/prosedur dalam bentuk cetak/*hard copy* namun hanya untuk kebijakan/prosedur yang wajib dimiliki berdasarkan peraturan.

Selain itu, setelah kami memperoleh izin sebagai Penerbit Kartu Kredit pada Februari 2020, kami juga telah menerapkan pernyataan tagihan secara elektronik (*electronic statement*) untuk mengurangi kebutuhan kertas dan pengiriman/transportasi fisik, sehingga dapat mengurangi emisi karbon.

b. Penerapan Keuangan Berkelanjutan

- **Kinerja Ekonomi: Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan**

Bisnis utama kami terus berfokus pada penyediaan pembiayaan konsumen tanpa jaminan (*unsecured consumer financing*) kepada para konsumen ritel yang memenuhi syarat, yang seringkali merupakan pinjaman pertama kali. Di Indonesia, kami menawarkan pembiayaan di toko, yaitu pembiayaan tanpa agunan, terutama untuk konsumen yang ingin membeli barang-barang tahan lama; kami menyediakan layanan ini secara langsung di dalam toko ("**pembiayaan di titik penjualan**") dan/atau pada platform *e-commerce* dari mitra bisnis *online*. Kami membiayai pembelian hampir semua barang kebutuhan konsumen, seperti peralatan rumah tangga, furnitur, barang-barang elektronik dan lain-lain, dalam rangka Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran Secara Angsuran.

Kami mendefinisikan "para pelanggan ritel yang memenuhi syarat" (*qualified mass-market customers*) sebagai segmen masyarakat dengan pendapatan rutin bulanan, yang umumnya bukan merupakan sasaran utama segmen konsumen untuk perbankan ritel tradisional.

Memasuki tahun ke-8 kami di pasar Indonesia, kami sekarang telah memiliki model operasional yang terukur yang dapat kami kembangkan baik secara geografis maupun *online*. Kami telah mencapai posisi terdepan dalam pembiayaan konsumen tanpa jaminan, lebih awal dari yang direncanakan semula. Hal ini terutama didorong oleh:

- (1) Keberhasilan kami yang melampau target dalam jumlah toko yang bekerjasama karena kami melakukan ekspansi jangkauan atas usaha kami secara lebih efektif dari yang kami perkirakan sebelumnya dan juga kami berhasil membuka kantor-kantor baru lebih cepat dari yang direncanakan;
- (2) Posisi kami yang unggul dalam mengorganisasikan toko mitra ritel kami;
- (3) Proses yang stabil dan disiplin pada jaringan penjualan kami;
- (4) Fokus kuat atas merek dan promosi kami baik dalam toko dan secara *online*;
- (5) Dengan menyediakan strategi jaringan distribusi komprehensif (*Omni Channels*) dengan memperkenalkan suatu layanan mandiri yaitu My Home Credit App agar dapat menyediakan akses yang mudah terhadap seluruh informasi tentang produk pembiayaan kami dan proses aplikasi yang mudah untuk para konsumen.

Selama bertahun-tahun kami telah membuktikan kemampuan kami untuk melakukan pertumbuhan atas usaha kami secara dinamis serta aman. Dengan adanya COVID-19, serta kondisi ekonomi dikemudian hari, kami akan fokus untuk memastikan kegiatan bisnis kami dapat berjalan secara berkelanjutan.

Penelitian kami yang menggabungkan data terhadap pasar penjualan atas barang yang kami biayai (dari pihak ketiga), dengan data ekonomi dan populasi dari sumber pemerintahan dan penelitian terhadap pasar yang menggunakan jaringan kami yang menunjukkan bahwa kami masih memiliki ruang untuk bertumbuh khususnya dalam bagian transaksi pembayaran terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Namun demikian, hal ini akan menjadi terhambat dikarenakan kondisi ekonomi yang saat ini terjadi akibat dari pandemi COVID-19. Kami juga memantau posisi kami secara terus menerus terhadap para pesaing kami dalam seluruh pasar (melalui data pada Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (“**APPI**”) atas kinerja para Perusahaan Pembiayaan) dan memantau posisi kami dalam toko melalui agen penjualan yang ada dalam toko tersebut dengan cara adanya pelaporan yang dilakukan secara terpusat. Kami juga berlangganan dengan beberapa laporan penjualan barang elektronik karena hal ini dapat mendorong akuisisi pasar kami dan kami memantau penetrasi kami atas keseluruhan penjualan telepon genggam, televisi dan barang elektronik lainnya secara bulanan dan regional. Pada saat melakukan pertimbangan untuk ekspansi pada pasar yang baru, kami pertama-tama akan memeriksa data penjualan, populasi, data pertumbuhan ekonomis dan inteligensi yang didapatkan dari pasar dan mengerahkan tim kami kepada wilayah tersebut untuk melakukan analisa pasar melalui penelitian pada para toko dan konsumen.

Dengan pengalaman lebih dari 21 tahun dalam membangun sistem yang kami miliki, kami merupakan Perusahaan Pembiayaan berteknologi tinggi yang menggunakan tren terbaru dalam teknologi, pengembangan teknologi dan informatika (IT) dan pengolahan data dan kami juga selalu meningkatkan kemampuan kami untuk membuat proses kami lebih terdigitalisasi (*digitized*), sistem yang lebih stabil dan dapat diandalkan, pengolahan data dan keamanan penyimpanan dengan standar industri yang tertinggi dan secara keseluruhan memberikan perbaikan dan inovasi yang berkelanjutan kepada para konsumen dan mitra kami, meningkatkan kemampuan kami untuk dapat bersaing secara efektif dengan para pemain Fintech baru yang terus meningkat. Untuk dapat mendukung pertumbuhan usaha kami, kami melakukan investasi yang signifikan pada infrastruktur kami dan membangun Pusat Data / *Data Centre* dan Pusat Pemulihan Bencana / *Disaster Recovery Center* yang memenuhi persyaratan yang paling tinggi pada sistem dan penyimpanan data di Indonesia dan telah dilengkapi dengan kapasitas yang memuat penyimpanan dan komputasi yang dapat ditingkatkan. Kami juga telah dapat menghapus setiap proses yang bergantung pada kertas secara efektif dari perjalanan konsumen kami (*customer journey*) berkat pemanfaatan E-KTP dan validasi identitas konsumen terhadap *database* Kependudukan dan Catatan Sipil (“**Dukcapil**”). Berkat adanya penggunaan lanjutan dari data dan peningkatan penilaian *score-card*, kami telah mampu mengurangi waktu pengambilan keputusan dari 30 menit menjadi hanya 3 menit, membuat kami menjadi yang paling cepat di pasar dan meningkatnya kepuasan konsumen.

Untuk mengembangkan portofolio produk kami, kami memperoleh izin sebagai Penerbit Kartu Kredit pada Januari 2020, untuk menyediakan akses produk kredit *revolving* untuk masyarakat berpenghasilan rendah yang biasanya kurang terlayani oleh Penerbit Kartu Kredit yang sudah ada dan dengan demikian mendukung inisiatif pemerintah menuju masyarakat *cashless* dan telah diluncurkan untuk umum pada tanggal 23 Juni 2020.

Rencana kami akan memberikan proses aplikasi dan keputusan yang tercepat di pasar untuk kartu kredit, dan keunggulan operasional kami akan memastikan pengiriman kartu dalam 7 hari kerja. Berbicara mengenai kekhawatiran konsumen sehubungan dengan produk Kartu Kredit, kami akan memberikan kontrol penuh atas fitur kartu melalui *Mobile Application* kami dan layanan perlindungan tambahan dalam bentuk produk berbasis imbal jasa (*fee-based product*) untuk melindungi konsumen kami terhadap risiko kesehatan dan kecurangan. Kartu Kredit kami juga akan menyediakan hadiah/*reward* tambahan untuk jenis transaksi tertentu dan juga cicilan dengan bunga 0% untuk mendukung batas penggunaan kartu.

Terkait produk keberlanjutan dan ramah lingkungan, meskipun dalam keadaan yang sulit selama COVID-19, kami mampu berkontribusi pada pembiayaan produk ramah lingkungan sebesar 5% dari total pendapatan kami, terutama dari kontribusi sepeda dan aksesorinya. Hingga Oktober 2020, kontribusi kami pada pembiayaan produk ramah lingkungan sudah mencapai 75% dari kinerja penuh tahun lalu dan dua kali lipat dibandingkan tahun 2018.

Berikut adalah informasi sehubungan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan:

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah		
	Okt 2020 (Realisasi)	2019 (Realisasi)	2018 (Realisasi)
Pendapatan bunga bersih/ <i>Net interest income</i>	1.080.859	1.334.124	1.079.685
Pendapatan biaya dan komisi bersih/ <i>Net fee and commission income</i>	985.896	1.353.363	844.094
Pendapatan operasional/ <i>Operating income</i>	2.067.527	2.687.487	1.923.779
Beban Operasional/ <i>Operating expenses</i>	-2.425.868	-2.499.100	-1.963.079
Laba/(Rugi) sebelum pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	-358.341	188.386	-39.300
Beban Pajak Penghasilan / <i>Income Tax Expense</i>	93.183	-72.401	145.815
Laba/(Rugi) setelah pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	-265.158	115.985	106.515
Pendapatan komprehensif lainnya/ <i>Other comprehensive Income</i>	31.863	-5.952	-4.709
Laba/(Rugi) setelah pendapatan komprehensif lainnya/ <i>Profit/(Loss) after other comprehensive income</i>	-233.295	110.033	101.806

Bisnis kami terkena dampak COVID-19 yang menyebar ke seluruh dunia. Selama kuartal 2 dan kuartal 3 tahun 2020, pendapatan kami menurun karena penutupan beberapa pusat perbelanjaan yang berdampak pada penyaluran pembiayaan kami. Kami juga melakukan penilaian risiko yang bijaksana terhadap konsumen kami dalam keadaan yang sulit ini. Di sisi lain, Perusahaan harus membukukan tambahan pencadangan akibat peningkatan kredit bermasalah. Kondisi ini mengakibatkan kerugian usaha sebesar Rp 233 miliar hingga Oktober 2020.

- **Kinerja Sosial:**

Dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berkelanjutan, Perusahaan juga memperhatikan dan berkomitmen pada pengembangan sosial masyarakat. Komitmen tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan Literasi Keuangan dan TJSJL Perusahaan selama tahun 2020, sebagai berikut:

- a. Program Literasi Keuangan

Program Literasi Keuangan di tahun 2020 yang telah dilakukan oleh Home Credit Indonesia sebanyak 8 kelas bekerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-Governmental Organization / NGO*), Institusi Pendidikan, dan Komunitas. Semenjak pandemi COVID-19, kegiatan kelas Literasi Keuangan dilakukan secara *online* sebanyak 7 kelas. Kegiatan program Literasi Keuangan ini diberikan kepada Pelajar, Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (“**UMKM**”), Penyandang disabilitas dan masyarakat umum. Kegiatan kelas Literasi Keuangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara mandiri yang lebih baik. Berikut kelas Literasi Keuangan yang sudah dilaksanakan baik secara *offline*, *online* serta konten video dan *podcast* yang disebarluaskan melalui media sosial:

Kegiatan Literasi Keuangan (secara *offline* dan *online*)

No	Lembaga, Komunitas dan Masyarakat Umum	Jumlah Peserta	Tanggal
1	SMAN 2 Tapung, Pekanbaru	150	27/2/2020
2	Peserta umum (kolaborasi dengan Kito Rato) Sesi I	26	21/5/2020
3	Peserta umum (kolaborasi dengan Kito Rato) Sesi II	25	28/5/2020
4	Peserta umum (kolaborasi dengan Kito Rato) Sesi III	28	06/11/2020
5	Teman-teman disabilitas (kolaborasi dengan KOPTUL, Difabike, Sacita Muda) Sesi I	56	25/9/2020
6	Teman-teman disabilitas (kolaborasi dengan KOPTUL, Difabike, Sacita Muda) Sesi II	46	28/9/2020
7	Teman-teman disabilitas (kolaborasi dengan KOPTUL, Difabike, Sacita Muda) Sesi III	43	30/9/2020
8	Peserta umum (kolaborasi dengan Rachel Goddard) Sesi I	81	28/10/2020
	TOTAL	455	

Konten Literasi Keuangan Melalui Media Sosial

No	Kegiatan Literasi	Jumlah Konten
1	#DoITCERDAS di Instagram Perusahaan	31
2	Podcast Literasi Keuangan, Video dan Audio	2
3	Literasi Keuangan, Video untuk <i>Tippers</i>	5
	TOTAL	38

- b. Aktivitas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Social Responsibility* / TJSL) Sebelum pandemi COVID-19, Perusahaan telah menyelenggarakan kegiatan TJSL berupa kegiatan donor darah bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia di 6 kota di Kantor Selain Kantor Cabang Perusahaan dengan total pendonor sebanyak 216 orang dan bantuan sebagaimana berikut dibawah ini:

TJSL - Donor Darah

No	Kota	Peserta	Tanggal
1	Jakarta	88	24/2/2020
2	Semarang	24	27/2/2020
3	Bandung	20	28/2/2020
4	Surabaya	35	28/2/2020
5	Pekanbaru	34	26/2/2020
6	Manado	15	13/4/2020
	TOTAL	216	

Dalam situasi pandemi COVID-19, Perusahaan telah menyelenggarakan kegiatan TJSL dalam bentuk pemberian sumbangan perlengkapan medis berupa *Hazmat*, *Gloves*, *Goggle* dan masker kepada 27 Rumah Sakit di seluruh Indonesia dengan tujuan perlindungan diri bagi para tenaga medis yang menangani pasien COVID-19. Serta 15 unit tablet Advan tab 8 kepada RSPAD Gatot Subroto, dengan tujuan untuk membantu para pasien COVID-19 berkomunikasi dengan keluarga, sahabat terdekat agar dapat membantu proses penyembuhan bagi para penderita COVID-19. Berikut daftar Rumah Sakit penerima bantuan perlengkapan medis:

TJSL - Donasi Alat Kesehatan Melawan COVID-19 Fase I

No	Nama Rumah Sakit	Donasi Hazmat	Donasi Sarung Tangan	Donasi Goggle	Tanggal
1	RSU Bhayangkara	200	300	150	13/4/2020
5	RSUD Tarakan	100	100	100	13/4/2020
3	RSUD Pasar Minggu	100	100	100	13/4/2020
2	RS Pelni	100	100	100	13/4/2020
4	RSUP Fatmawati	50	100	63	13/4/2020
6	RSUP Persahabatan	50	100	60	13/4/2020
	TOTAL	600	800	573	

TJSL - Donasi Alat Kesehatan Melawan COVID-19 Fase II

No	Nama Rumah Sakit	Donasi Masker KN95	Donasi Masker Operasi	Tanggal
1	Wisma Atlet	6.210	-	24/4/2020
2	RSUD Tarakan	7.500	-	24/4/2020
3	RSKD Duren Sawit	3.000	-	24/4/2020
4	RS PGI Cikini	3.600	-	24/4/2020
5	PKM Ragunan	30	-	24/4/2020
6	PKM Jagakarsa	300	-	24/4/2020
7	Disnaker	-	200	24/4/2020
8	RSUD Pasar Rebo	1.500	2.400	24/4/2020
9	RS Pariaman	1.600	15.000	24/4/2020
10	RSUD Sk Lerik Kota Kupang	1.200	-	05/9/2020
11	RSUD Ciawi	5.000	600	05/9/2020
12	RS Kupang	3.000	-	05/9/2020
13	RS Arjawinangun	600	6.000	05/9/2020
14	RSUD Waled	600	5.000	05/9/2020
15	RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar	6.570	-	05/9/2020
16	RSI Jemursari	800	2.500	05/9/2020
17	Dr Stevi (Asosiasi Klinik Kab Bandung)	1.100	5.000	05/9/2020
18	IDI Bogor	2.000	6.000	05/9/2020
19	PKM Pasar Minggu (10 puskesmas)	5.000	2.000	24/4/2020
20	Kapolri	-	250	24/4/2020
21	RT Pasar Manggis	-	5.000	25/4/2020
	TOTAL	49.610	49.950	

TJSL – Donasi Tablet Melawan COVID-19 Fase III

No	Nama Rumah Sakit	Tab Donation	Tanggal
1	RSPAD Gatot Subroto	15	06/5/2020

• **Kinerja Lingkungan:**

Komitmen Perusahaan terhadap lingkungan diwujudkan melalui penghematan energi (seperti penghematan pemakaian listrik) dan penerapan proses tanpa kertas (*paperless*) untuk mengurangi penggunaan kertas dalam kegiatan operasional (seperti kontrak pembiayaan tanpa kertas (*paperless contract*) dan kebijakan/prosedur tanpa kertas (*paperless*)).

Biaya penggunaan listrik dan kertas selama 2020 dan 2019

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah	
	Okt 2020	2019
Biaya penggunaan listrik	6.091	9.071
Biaya penggunaan kertas	72	300

c. Strategi Pencapaian Target

Dalam mewujudkan program Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Fungsi Pemasaran dan Strategi sebagai Fungsi yang akan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan ("**Fungsi yang Bertanggung Jawab**"), termasuk menemukan rekanan bisnis baru dengan orientasi produk berkelanjutan.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagaimana disebutkan di atas, Fungsi yang Bertanggung Jawab tersebut dapat berkoordinasi dan bekerja sama dengan Fungsi/Departemen terkait lainnya.

Koordinasi dan kerjasama yang baik dengan Fungsi / Departemen terkait di seluruh Perusahaan menghasilkan implementasi Keuangan Berkelanjutan yang baik.

5. Tata Kelola Keberlanjutan

• **Fungsi yang Bertanggung Jawab dalam Pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan**

Perusahaan telah menunjuk Fungsi Pemasaran dan Strategi di bawah Direktur Pemasaran dan Strategi sebagai Fungsi yang akan bertanggung jawab untuk mengorganisasikan, mengkoordinasikan dan/atau mengelola pelaksanaan RAKB.

Tugas dan tanggung jawab Fungsi yang Bertanggung Jawab adalah sebagai berikut:

- a. Menyiapkan, mengembangkan dan/atau menyesuaikan RAKB, berkoordinasi dengan Fungsi/Departemen terkait;
- b. Menyiapkan, mengembangkan dan/atau menyesuaikan Kebijakan/Prosedur berkoordinasi dengan Fungsi/Departemen terkait;
- c. Meninjau pelaksanaan RAKB, berkoordinasi dengan Fungsi/Departemen terkait;
- d. Merencanakan dan/atau mengkoordinasikan sesi/kegiatan pengembangan kapasitas yang diperlukan untuk pengembangan dan implementasi Keuangan Berkelanjutan;
- e. Memantau kemajuan pelaksanaan RAKB berdasarkan indikator yang telah ditentukan;
- f. Menyiapkan (i) Laporan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan dan (ii) Laporan Keberlanjutan, dan menyampaikan kepada OJK berkoordinasi dengan Fungsi Hukum dan Kepatuhan.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagaimana disebutkan di atas, Fungsi yang Bertanggung Jawab tersebut dapat berkoordinasi dan bekerja sama dengan Fungsi/Departemen terkait lainnya.

Dalam menjalankan kegiatan usaha dan menerapkan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan mengembangkan struktur dan sistem Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance* atau "**GCG**") dengan memperhatikan prinsip-prinsip GCG sesuai dengan ketentuan Peraturan OJK No. 30/POJK.05/2014 tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Pembiayaan ("**POJK No. 30/2014**") sebagaimana telah diubah dengan Peraturan OJK No. 29/POJK.05/2020 tentang Perubahan atas POJK No. 30/2014.

Tujuan penerapan GCG adalah sebagai berikut:

- a. mengoptimalkan nilai-nilai perusahaan bagi para Pemangku Kepentingan, yaitu pihak-pihak yang berkepentingan dengan Perusahaan baik langsung maupun tidak langsung, terutama konsumen, pemegang saham, seluruh karyawan, dan/atau pemangku kepentingan lainnya ("**Pemangku Kepentingan**");
- b. meningkatkan pengelolaan Perusahaan secara profesional, efektif dan efisien;
- c. meningkatkan kepatuhan Organ Perusahaan maupun jajaran di bawahnya, sehingga dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan tindakan harus berlandaskan etika yang baik,

- patuh pada peraturan perundang-undangan, serta kesadaran tanggung jawab sosial Perusahaan kepada Pemangku Kepentingan dan kelestarian lingkungan;
- d. membentuk Perusahaan yang lebih sehat, handal, terpercaya dan berdaya saing; dan
 - e. meningkatkan kontribusi Perusahaan dalam perekonomian nasional.

- **Prinsip-prinsip GCG**

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan menerapkan prinsip-prinsip GCG dalam setiap kegiatan usahanya, termasuk:

- a. Keterbukaan
Keterbukaan adalah keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai Perusahaan, yang mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.
- b. Akuntabilitas
Akuntabilitas adalah kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban Organ Perusahaan sehingga kinerja Perusahaan dapat berjalan secara transparan, wajar, efektif, dan efisien.
- c. Pertanggungjawaban
Pertanggungjawaban adalah kesesuaian pengelolaan Perusahaan dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.
- d. Kemandirian
Kemandirian adalah keadaan Perusahaan yang dikelola secara mandiri dan profesional serta bebas dari Benturan Kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.
- e. Kesetaraan dan Kewajaran
Kesetaraan dan kewajaran adalah kesetaraan, keseimbangan, dan keadilan di dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan yang timbul berdasarkan perjanjian, peraturan perundang-undangan, dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.

- **Struktur Tata Kelola**

Struktur tata kelola Perusahaan meliputi struktur organ perusahaan utama serta kebijakan Perusahaan dalam pelaksanaan bisnis.

- (1) Organ Utama Perusahaan

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan/atau Anggaran Dasar, Organ Utama Perusahaan meliputi:

- a. Rapat Umum Pemegang Saham ("**RUPS**"), RUPS bertanggung jawab untuk mengangkat dan memberhentikan anggota Direksi dan Dewan Komisaris. RUPS juga memegang semua kewenangan lain yang tidak secara khusus dimiliki oleh Direksi atau Dewan Komisaris berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas dan/atau Anggaran Dasar Perusahaan.
- b. Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Tugas utamanya adalah untuk secara teratur mengawasi, mengendalikan keputusan internal, hasil keuangan dan bisnis, mematuhi kebijakan internal dan peraturan eksternal, dll., dan untuk menginformasikan Pemegang Saham jika terdapat potensi kerugian.
Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit untuk mendukung Dewan Komisaris dalam mengendalikan dan memastikan efektivitas sistem audit internal, serta menilai kecukupan audit internal termasuk proses pelaporan keuangan. Dewan Komisaris juga secara efektif dan secara teratur melakukan pengawasan atas penerapan manajemen risiko Perusahaan melalui rapat Dewan Komisaris yang dilakukan secara triwulanan, rapat Komite Pemantau Risiko, rapat Komite Remunerasi dan Nominasi dan rapat Komite Audit
- c. Direksi, memberikan pengelolaan eksekutif pada Perusahaan serta menetapkan kebijakan dan menentukan pedoman operasional perusahaan dan bertanggung jawab atas bisnis sehari-hari Perusahaan.
Dalam menjalankan tugasnya, Direksi dibantu oleh beberapa komite, yaitu Komite Eksekutif, Komite Manajemen, Komite Keluhan Pelanggan, Komite Manajemen Risiko

Kredit, Komite Manajemen Risiko Operasional dan Tata Kelola, Komite Aset dan Liabilitas, Komite Dewan Rakyat (*People Council*), dan Komite Kedisiplinan.

(2) Kebijakan dan Prosedur Perusahaan

Direksi Perusahaan memberikan kewenangan kepada setiap anggota Tim Komite Manajemen untuk menjalankan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing termasuk untuk mengeluarkan kebijakan dan prosedur yang relevan dengan mengacu pada Kebijakan Peraturan Internal, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perusahaan wajib memiliki dan melaksanakan sekurang-kurangnya kebijakan wajib yang mencakup bidang-bidang berikut: (1) Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, (2) Kebijakan Kepatuhan, (3) Piagam Audit Internal, (4) Kebijakan Audit Eksternal, (5) Kebijakan Manajemen Risiko, (6) Kebijakan Remunerasi, (7) Prosedur Penyusunan Rencana Jangka Panjang, (8) Pedoman Penerapan Prinsip Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme, (9) Kebijakan Manajemen Regulasi Internal, (10) Kebijakan dan Prosedur Penanganan Pengaduan dan Perlindungan Konsumen, dan (11) Peraturan Perusahaan terkait Sumber Daya Manusia.

- **Pengembangan Kompetensi**

Perusahaan mendorong dan memfasilitasi seluruh karyawan dan Fungsi-fungsi yang mendukung penerapan Keuangan Berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi melalui pelatihan yang diselenggarakan baik oleh internal Perusahaan maupun pihak eksternal.

Sepanjang tahun 2020, Perusahaan menyelenggarakan total 130 pelatihan, baik pelatihan internal maupun eksternal yang diikuti oleh 24.947 peserta. Pada tahun 2020, Perusahaan mengalihkan sebagian besar kegiatan pelatihan ke dalam platform pembelajaran *online*/digital yang mencakup lebih banyak kapasitas dan juga lebih fokus pada pembuatan konten, stabilisasi Sistem Manajemen Pembelajaran (*Learning Management System* atau LMS) serta kampanye pembelajaran untuk pemanfaatan yang optimal.

Terdapat 6 pilar pengembangan organisasi Utama, sebagai berikut:

1. Program Pengembangan Kompetensi Karyawan: Program dirancang untuk karyawan Perusahaan berdasarkan atas Analisa Kebutuhan Pembelajaran (teknis dan *soft skill*).
2. Program Pengembangan Manajemen: Program yang dirancang untuk mendukung rencana suksesi bakat di Perusahaan.
3. Program Pengembangan Fungsional: Program yang dirancang untuk untuk menghasilkan bakat tertentu untuk fungsi tertentu.
4. Program Pembelajaran Digital: program pembelajaran di mana pengetahuan bisa diakses melalui teknologi, seperti *Podcast* dan *e-Learning*.
5. Program Wajib/Esensial: Program wajib untuk karyawan Perusahaan, termasuk pelatihan induksi/ *induction training* (termasuk pelatihan teknis), pelatihan Prinsip Mengenal Nasabah, Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme.
6. Program Pengembangan Kebudayaan: program yang dirancang untuk menyalakan pola pikir dari karyawan Perusahaan dan juga mempromosikan nilai Perusahaan melalui sesi pendek pembelajaran atau proyek berdasarkan sesi pengembangan.
7. Seminar/Workshop APPI: Kami juga akan terus mengikutsertakan Direksi dan Dewan Komisaris kami untuk mengikuti seminar atau workshop yang diselenggarakan oleh APPI.
8. Program Sertifikasi APPI: Kami juga akan melanjutkan hubungan kerjasama kami dengan SPPI (Sertifikasi Profesi Pembiayaan Indonesia) untuk memfasilitasi program sertifikasi kepada karyawan Perusahaan seperti:
 - a. Sertifikasi Tingkat Dasar di bidang Pembiayaan untuk posisi manajerial.
 - b. Sertifikasi Tingkat Dasar di bidang Pembiayaan untuk Dewan Komisaris.
 - c. Sertifikasi Keahlian di bidang Pembiayaan untuk Direksi.
 - d. Sertifikasi Keahlian di bidang Manajemen Risiko untuk Direksi dan pejabat 1 tingkat di bawah Direksi yang membawahkan fungsi manajemen risiko.
 - e. Sertifikat Profesi di bidang penagihan.

- **Pelaksanaan Manajemen Risiko**

Perusahaan menerapkan prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perusahaan wajib tunduk dengan ketentuan lokal dan regulator grup yang relevan.

Sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Peraturan OJK Nomor 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank (LJKNB) (“**POJK No. 44/2020**”), Perusahaan berkewajiban untuk secara efektif menerapkan Manajemen Risiko yang paling sedikit meliputi:

- 1) Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris.
- 2) Kecukupan kebijakan, prosedur, dan penetapan limit Risiko.
- 3) Kecukupan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, pengendalian Risiko, dan Sistem informasi Manajemen Risiko.
- 4) Sistem pengendalian intern yang menyeluruh.

1. Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris

Pengawasan aktif Direksi ditunjukkan melalui komitmen yang kuat dan keterlibatan dari proses manajemen risiko Perusahaan seperti yang tersirat pada kebijakan Kerangka Manajemen Risiko. Proses pengawasan, pengendalian dan pemantauan oleh Direksi dicapai melalui keterlibatan Direksi dalam beberapa komite yaitu Komite Eksekutif, Komite Manajemen, Komite Manajemen Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional, Komite Aset dan Liabilitas, Komite Dewan Rakyat (*People Council*), dan Komite Kedisiplinan. Selanjutnya, Dewan Komisaris juga secara efektif dan secara teratur melakukan pengawasan atas penerapan manajemen risiko Perusahaan melalui rapat Dewan Komisaris yang dilakukan secara triwulanan, rapat Komite Pemantau Risiko, rapat Komite Remunerasi dan Nominasi dan rapat Komite Audit.

Sebagaimana diatur dalam POJK No. 44/2020, Direksi menyampaikan laporan pertanggungjawaban atas penerapan kebijakan manajemen risiko kepada Dewan Komisaris paling kurang 1 (satu) kali dalam 6 (enam) bulan.

Dewan Komisaris mengevaluasi kebijakan manajemen risiko sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam 1 (satu tahun) dan mengevaluasi pertanggungjawaban Direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko paling kurang 1 (satu) kali dalam 6 (enam) bulan.

Pelaporan yang efektif dan efisien melalui Komite Tata Kelola memberikan informasi komprehensif kepada Direksi, Dewan Komisaris dan Komite Audit dalam rangka penerapan model *three lines of defense* serta laporan keuangan dan operasional.

Per Oktober 2020, Perusahaan tetap meningkatkan Kebijakan Kerangka Manajemen Risiko yang mana menekankan kewenangan Direksi dan keterlibatan terhadap penerapan manajemen risiko. Direksi bertanggungjawab terhadap pengawasan atas manajemen risiko yang dipersyaratkan Direksi untuk meninjau strategi manajemen risiko jangka panjang, tata kelola dan penerapannya, termasuk pemeliharaan yang baik dan manajemen pengendalian internal yang efektif.

Kebijakan Kerangka Kerja Manajemen Risiko Perusahaan telah diperbarui dan mencakup 8 (delapan) jenis risiko sesuai dengan POJK No. 44/2020, yaitu: Risiko Strategis, Risiko Operasional, Risiko Kredit, Risiko Pasar, Risiko Likuiditas, Risiko Hukum, Risiko Kepatuhan, dan Risiko Reputasi.

Kami memiliki Komite Manajemen Risiko yang menetapkan jenis risiko tertentu untuk mengarahkan fokus Direksi dalam mengawasi setiap risiko, Komite Risiko Kredit yang menangani Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional yang menangani Risiko Operasional, Risiko Hukum, Risiko Kepatuhan, dan Risiko Reputasi, Komite Aset dan Liabilitas yang menangani Risiko Pasar dan Risiko Likuiditas, sedangkan Komite Eksekutif menangani Risiko Strategis.

Selain itu, sebagai bagian dari penerapan Peraturan OJK No. 29/POJK.05/2020 tentang Perubahan atas Peraturan OJK No. 30/POJK.05/2014 tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik bagi Perusahaan Pembiayaan (“**POJK No. 29/2020**”), Perusahaan membentuk Komite Pemantau Risiko sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) huruf b, dengan beranggotakan paling sedikit 1 (satu) orang Komisaris Independen yang berkedudukan sebagai ketua dan 1 (satu) orang pihak independen yang memiliki keahlian di bidang keuangan dan/atau manajemen risiko yang berkedudukan sebagai anggota. Komite Pemantau Risiko wajib melakukan paling sedikit:

- a. Evaluasi tentang kesesuaian antara kebijakan manajemen risiko dengan pelaksanaan kebijakan Perusahaan; dan
- b. Pemantauan dan evaluasi pelaksanaan tugas Komite Manajemen Risiko dan satuan kerja manajemen risiko.

2. Kecukupan Kebijakan, Prosedur dan Penetapan Limit Risiko

Prinsip-prinsip manajemen risiko diterapkan melalui kebijakan-kebijakan, batas risiko, pedoman operasional serta metodologi dan alat untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan melaporkan risiko.

Strategi manajemen risiko menetapkan prinsip-prinsip utama dan tata kelola atas manajemen risiko. Selain itu, Kerangka Manajemen Risiko menguraikan strategi manajemen risiko Perusahaan, khususnya prinsip-prinsip atas pengelolaan risiko individual, yang berkaitan dengan dokumen internal, rencana darurat dan mengatur tata kelola untuk persetujuan limit dan membatasi eskalasi pelanggaran. Untuk pengelolaan risiko tertentu, kebijakan diatur untuk menjelaskan prinsip-prinsip dasar dan prosedur bagi manajemen atas masing-masing risiko tertentu.

Sedangkan, pernyataan *Risk Appetite* mengatur jumlah dan jenis risiko bahwa Perusahaan bersedia mengambil untuk mencapai tujuannya dan mengatur tata kelola atas *risk appetite* batas persetujuan dan *risk appetite* batas eskalasi pelanggaran.

Persyaratan peraturan baik dari lokal maupun grup juga dipertimbangkan pada saat pembuatan kebijakan-kebijakan. Pada Oktober 2020, Perusahaan telah memperbaharui kebijakan-kebijakan yang ada, untuk memperkuat dan memastikan manajemen risiko yang koheren. Selain daripada itu, Perusahaan juga memperkenalkan beberapa kebijakan manajemen risiko untuk mengelola beberapa risiko spesifik.

Pada tahun 2020, Kerangka Manajemen Risiko telah diperbaharui untuk mengatur prinsip-prinsip utama atas manajemen risiko Perusahaan. Kebijakan tersebut disusun untuk mengatur pengambilan risiko Perusahaan ke dalam konteks misi dan strateginya serta kapasitasnya menanggung risiko dan kesediaan untuk bermacam-macam risiko. Hal ini diikuti oleh pengenalan atas Kebijakan Pernyataan *Risk Appetite* yang bertujuan untuk memastikan bahwa Perusahaan berusaha keras beroperasi dalam *risk appetite* dengan mendefinisikan batas risiko dari masing-masing risiko spesifik. Hal ini untuk memastikan, kepatuhan pada tingkat risiko yang sesuai dan diharapkan membantu Perusahaan untuk mengendalikan risiko. Untuk memastikan penetapan batas risiko, ambang batas didefinisikan dan dipantau secara berkala oleh Komite Manajemen sehingga Perusahaan bekerja dan beroperasi dengan paparan risiko yang dapat diterima oleh Perusahaan sesuai dengan pernyataan *risk appetite*.

Beberapa kebijakan-kebijakan yang telah ada juga akan ditinjau dan diperbaharui untuk memastikan relevansi terhadap persyaratan bisnis

Pada area Manajemen Risiko Operasional, kebijakan telah diperbaharui yang bertujuan untuk memperkuat konsep dari *three lines of defense* dengan secara jelas menetapkan peran dan tanggungjawab, memperkenalkan proses *sub-set* risiko operasional seperti mengubah manajemen risiko dan menekankan konektivitasnya dengan Risiko Operasional. Pada tahun 2020, Perusahaan bertujuan untuk mengembangkan proses yang tepat dalam mengelola perubahan risiko manajemen dengan mengubah kebijakan yang bermaksud untuk memastikan perubahan signifikan pada organisasi telah dinilai secara tepat dan paparan risiko di mitigasi berdasarkan *risk appetite*.

Perusahaan juga mengembangkan kebijakan dan prosedur Prinsip Mengetahui Nasabah (*Know Your Customer (KYC)*) dan Anti Pencucian Uang (*Anti-Money Laundering (AML)*), meningkatkan penilaian risiko konsumen dan pemantauan transaksi.

Sebagai bagian dari pengelolaan risiko kredit/pembiayaan, agar menggambarkan calon konsumen secara akurat, Perusahaan masih terus meningkatkan proses *scoring* internal dengan terus menjelajah kemungkinan-kemungkinan dalam menggunakan informasi eksternal dan manfaatnya untuk proses *underwriting*.

Selain itu, sehubungan dengan COVID-19 terdapat beberapa ketentuan baru yang kami selaraskan dan terapkan, yaitu terkait dengan adanya Peraturan OJK No. 14/POJK.05/2020 tentang Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran COVID-19 Bagi Lembaga Jasa Keuangan

dan Surat OJK No. 08-SPI/2020, tertanggal 7 April 2020, tentang Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (“PSBB”) di DKI Jakarta terkait dengan Operasional di Industri Jasa Keuangan.

3. Kecukupan Proses Identifikasi, Pengukuran, Pemantauan, Pengendalian Risiko, dan Sistem Manajemen Risiko

Perusahaan telah mengimplementasikan kerangka manajemen risiko yang mendefinisikan proses berkala identifikasi risiko, pengukuran, respon, pemantauan dan pengendalian dan laporan risiko.

Identifikasi risiko adalah kegiatan berkelanjutan untuk mengidentifikasi seluruh risiko material yang Perusahaan dapat terpapar untuk membuat respon Komite Manajemen yang tepat untuk menjaga risiko terkelola dengan tepat. Identifikasi atas risiko didefinisikan berdasarkan dua perspektif, materialitas dan *risk appetite*.

Selain itu, untuk tujuan pengukuran risiko, Perusahaan telah mengembangkan dan menerapkan pedoman untuk standarisasi pengukuran risiko, dimana baik lini pertama dan lini kedua terlibat dalam pengukuran risiko dalam tanggungjawab mereka sendiri.

Pemantauan dan pengendalian risiko adalah proses internal yang berkelanjutan dimana semua risiko dipantau secara terus menerus dan dibandingkan dengan *risk appetite* dan batas-batas yang ditetapkan. Hasil pemantauan kemudian, dilaporkan secara teratur. Pada level Komite Manajemen, proses pemantauan dan pengendalian dilakukan melalui beragam komite tata kelola. Badan pengawas juga terlibat dalam proses pemantauan dan pengendalian.

Pada tahun 2020, Perusahaan melakukan Penilaian Sendiri Risiko dan Kontrol (*Risk and Control Self-Assessment*) Tahunan dengan fokus ke beberapa area yaitu COVID-19 (pandemi), perlindungan data dan *cybersecurity*, pencegahan penipuan dan APU PPT.

Di area Anti Pencucian Uang (*Anti Money Laundering (APU)*) dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (*Counter Financing of Terrorism (PPT)*), Perusahaan meningkatkan penilaian transaksi mencurigakan dan penilaian Risiko Konsumen, termasuk pemantauan *Political Exposed Person (PEP)* dengan otomatisasi penyaringan dan pemantauan.

Di area *Counterparty Credit Risk*, proses persetujuan yang lebih efektif dilakukan untuk memastikan eksposur risiko pembiayaan dari transaksi dengan rekanan non-retail diperiksa dan dikelola dengan baik.

Di wilayah risiko pembiayaan/kredit, perbaikan proses *credit scoring* telah dilakukan dengan mempertimbangkan informasi eksternal selama proses *underwriting*. Perusahaan mengoptimalkan proses internal dengan fokus pada bagaimana membuat profil pelanggan secara akurat. Sehubungan dengan COVID-19, Perusahaan menerapkan keringanan pembiayaan kepada konsumen-konsumen yang memenuhi syarat. Kami secara ketat memantau penerapan tersebut melalui laporan harian kepada Manajemen.

Sementara itu, beberapa laporan manajemen disempurnakan untuk memantau eksposur risiko di bidang Risiko Likuiditas dan Risiko Pasar dengan lebih baik dengan meningkatkan pemantauan Rasio untuk memastikan Perusahaan beroperasi sesuai dengan *risk appetite*.

Perusahaan memiliki sistem informasi manajemen risiko yang cukup untuk mendukung siklus manajemen risiko dari identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian. Perusahaan mengelola sistem internal pemeringkat kredit, sistem aset liabilitas dan sistem risiko operasional untuk mendeteksi secara akurat dan mengendalikan penilaian risiko dan memastikan tindakan mitigasi berada pada tempatnya.

4. Sistem Pengendalian Intern yang Menyeluruh

Perusahaan telah menerapkan sistem pengendalian internal sebagaimana ditetapkan dalam kebijakan dan prosedur. Perusahaan menggunakan model tiga lini pertahanan (*three lines of defense*) sebagai landasan. lini bisnis, sebagai lini pertahanan pertama yaitu pemilik risiko bertanggungjawab untuk manajemen operasional secara langsung dan secara permanen. Untuk

tujuan tersebut, lini bisnis harus memiliki proses dan pengendalian yang tepat yang bertujuan untuk memastikan risiko dikelola dan dijaga dalam batas yang ditentukan.

Fungsi Manajemen Risiko, Hukum dan Kepatuhan, *IT Risk* dan *IT Security*, sebagai lini pertahanan kedua, memfasilitasi penerapan atas kerangka manajemen risiko yang sehat di seluruh Perusahaan, hal tersebut menantang dan membantu dalam penerapan tindakan-tindakan manajemen risiko oleh lini bisnis dalam rangka untuk memastikan bahwa proses dan kontrol ditempatkan pada lini pertahanan pertama didesain secara tepat dan efektif.

Lini pertahanan ketiga adalah Fungsi Internal Audit yang independen, yang melakukan audit berbasis risiko dan umum serta meninjau pengaturan tata kelola internal, proses dan mekanisme untuk memastikan bahwa audit tersebut sehat, efektif, dan diterapkan secara konsisten.

Sistem pengendalian internal dalam penerapan Manajemen Risiko meliputi:

- a. Kesesuaian sistem pengendalian internal dengan jenis dan tingkat risiko yang melekat pada kegiatan usaha;
- b. Penetapan kewenangan dan tanggungjawab dalam memantau kepatuhan terhadap kebijakan, prosedur dan pembatasan;
- c. Penetapan atas garis pelaporan yang jelas dan pemisahan fungsi antara unit kerja operasional dan fungsi pengendali Risiko;
- d. Struktur organisasi yang dengan jelas menggambarkan aktivitas bisnis;
- e. Pelaporan kegiatan keuangan dan operasional yang akurat dan tepat waktu;
- f. Kecukupan atas prosedur untuk memastikan kepatuhan Perusahaan dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- g. Tinjauan yang efektif, independen dan objektif atas kebijakan operasional, kerangka dan prosedur Perusahaan;
- h. Pengujian dan tinjauan yang memadai mengenai pengelolaan sistem informasi;
- i. Dokumentasi yang lengkap dan memadai atas cakupan, prosedur operasi, temuan audit, serta respon Komite Manajemen Perusahaan berdasarkan atas hasil audit; dan
- j. Verifikasi dan tinjauan berkala dan berkelanjutan atas penanganan kelemahan Perusahaan yang material dan tindakan Komite Manajemen Perusahaan untuk memperbaiki deviasi-deviasi yang terjadi.

- **Tantangan yang Dihadapi, Perkembangan, dan Pengaruh terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan**

Tidak dapat dipungkiri bahwa penerapan Keuangan Berkelanjutan menghadapi berbagai kendala dan tantangan, antara lain belum semua pihak memiliki pemahaman yang sama tentang penerapan Keuangan Berkelanjutan, dan terkadang terdapat kendala teknis yang terjadi dalam pelaksanaan program.

Selain itu, kami telah menghadapi pandemi COVID-19 sejak akhir kuartal pertama tahun 2020. Krisis tersebut telah memberikan masa-masa yang menantang dan sulit bagi semua orang, termasuk konsumen kami.

Namun demikian, dengan kerjasama yang baik secara lintas Fungsi/Departemen, Perusahaan dapat menghadapi tantangan tersebut, dan terus berkembang, sehingga Keuangan Berkelanjutan dapat dilaksanakan oleh Perusahaan dan memberikan dampak yang baik tidak hanya bagi bisnis Perusahaan tetapi juga bagi konsumen dan/atau publik.

Direksi dan manajemen Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan dan melanjutkan penerapan Pembiayaan Berkelanjutan, serta berkomitmen untuk selalu membangun bisnis yang berkelanjutan yang tidak hanya memikirkan keuntungan, dan kami percaya kesuksesan jangka panjang hanya dapat dibangun di atas pola pikir yang terfokus pada konsumen.

6. Kinerja Keberlanjutan

Perusahaan merupakan bagian dari Grup multi-nasional yang mempertahankan kompetensi utamanya dengan semua infrastruktur yang diperlukan termasuk orang yang tepat pada pekerjaan yang tepat. Dalam memenuhi kebutuhan ketenagakerjaannya, Perusahaan menekankan bahwa proses rekrutmen dilakukan dengan bermartabat dan hormat tanpa memandang ras, suku,

kebangsaan, jenis kelamin, orientasi seksual, status kesehatan, keyakinan agama atau pandangan terhadap dunia, serta mendukung keberagaman *gender*, laki-laki dan perempuan dengan gaji yang sama dan diperlakukan sama terhadap semua kandidat. Dalam hal terjadi kekosongan posisi, penempatan dan perpindahan internal akan menjadi prioritas Perusahaan untuk mendukung pengembangan karir internal. Jika tidak memungkinkan, Perusahaan akan melakukan perekrutan eksternal. Hal ini juga dengan memastikan kepatuhan penuh terhadap tidak adanya tenaga kerja paksa dan tidak adanya tenaga kerja anak di Perusahaan. Kami menerapkan kepatuhan terhadap usia minimal 18 tahun saat proses perekrutan.

Perusahaan memastikan upah yang layak yang diperoleh karyawan sesuai dengan persyaratan upah minimum di kota-kota tempat dimana Perusahaan beroperasi.

Perusahaan juga memastikan tersedianya lingkungan kerja yang layak dan aman bagi karyawannya untuk berkembang dengan melindungi para pemangku kepentingan di tempat kerja dengan kode etik yang ketat, ditambah dengan saluran pengaduan yang terbuka dan aman serta saluran *whistle-blowing* yang dikelola oleh komite independen. Kami juga mendorong diskusi terbuka antara Perusahaan dan karyawan melalui Lembaga Kerja Sama Bipartit, dimana diskusi jujur tentang bagaimana cara meningkatkan kinerja Perusahaan dan kontribusi karyawan serta meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan karyawan dapat berkembang.

Perusahaan juga meyakini kontribusi optimal dari karyawan yang merupakan hasil langsung dari pengembangan kapabilitas mereka. Perusahaan mendorong sepenuhnya hal ini melalui penyediaan berbagai program pengembangan sebagaimana dirinci dalam Bagian 5 di atas tentang Tata Kelola Berkelanjutan, sub-Bagian Pengembangan Kompetensi.

Membangun Budaya Keberlanjutan

Perusahaan berupaya membangun budaya keberlanjutan melalui efisiensi penggunaan listrik (penghematan penggunaan listrik) dan kertas (pelaksanaan kontrak pembiayaan tanpa kertas (*paperless*) dan kebijakan/prosedur tanpa kertas (*paperless*)), yang secara tidak langsung mendukung penurunan emisi gas rumah kaca. Kebijakan bekerja dari rumah untuk beberapa karyawan juga telah berkontribusi pada pengurangan biaya kantor dan jejak karbon tanpa mengurangi produktivitas tenaga kerja yang tidak perlu.

Kinerja Ekonomi

Kinerja ekonomi Perusahaan telah dijelaskan pada Bagian 4 huruf b tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan, dalam Laporan Keberlanjutan ini.

Kinerja Sosial

- Perusahaan berkomitmen untuk menyediakan layanan atas produk dan/atau layanan yang setara kepada konsumen dengan memberikan pembiayaan kepada seluruh lapisan masyarakat. Dalam rangka inklusi produk yang dipasarkan, Perusahaan melakukan promosi di berbagai media antara lain media massa, situs web, media sosial, brosur, dan lain-lain. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah memberikan informasi terkait produk Perusahaan kepada publik/masyarakat dan memberikan layanan yang dibutuhkan. Perusahaan terus mengembangkan produk, mengevaluasi dan memprioritaskan kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Perusahaan dalam mengembangkan produknya senantiasa mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, secara internal Perusahaan terus melakukan penyempurnaan kebijakan, sistem dan prosedur terkait produk Perusahaan serta mensosialisasikan produk Perusahaan dalam kegiatan pelatihan, workshop dan kegiatan penyegaran.
- Perusahaan juga secara aktif mempromosikan dan memberikan relaksasi/keringanan pembayaran angsuran bagi konsumen yang terkena dampak pandemi COVID-19, sesuai dengan Peraturan OJK. Inisiatif ini telah memberikan masyarakat lebih banyak sumber daya untuk pulih dari krisis dan diharapkan dapat meningkatkan kinerja sosial ekonomi bangsa.
- Aspek ketenagakerjaan telah dijelaskan pada Bagian 6 tentang Kinerja Keberlanjutan, dalam Laporan Keberlanjutan di atas.
- Perusahaan memiliki Departemen Layanan Konsumen untuk menangani dan menindaklanjuti keluhan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Pengaduan dari konsumen dapat disampaikan melalui email (care@homecredit.co.id), fitur *live chat* di situs web Perusahaan, Whatsapp (08117799600), *channel* media sosial resmi dan nomor telepon Customer Care (021-29539600). Keluhan akan diterima oleh Departemen Layanan Konsumen dan ditangani oleh tim penanganan

keluhan khusus yang berada di bawah Fungsi Operasional. Keluhan kemudian dicatat melalui sistem internal Home Credit.

Selama tahun 2020 (per tanggal 31 Oktober 2020), Perusahaan menerima 34.941 pengaduan dimana 99,71% pengaduan tersebut telah diselesaikan dan sisanya masih ditangani sesuai dengan batas waktu yang ditentukan oleh OJK.

Kinerja Lingkungan Hidup

Perusahaan mulai melakukan langkah penghematan energi berupa penghematan energi listrik dan penggunaan kertas. Penggunaan energi listrik semaksimal mungkin dilakukan secara efisien dengan tidak menyalakan lampu atau alat elektronik bila tidak digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Perusahaan telah mulai menerapkan program tanpa kertas (*paperless*) dalam kegiatan operasionalnya, antara lain penggunaan perjanjian pembiayaan tanpa kertas (*paperless*) dan kebijakan/prosedur tanpa kertas (*paperless*). Perusahaan mencoba menggunakan kertas seefisien mungkin dengan cara mencetak *duplex* atau menggunakan kertas bekas yang masih kosong. Perusahaan menghemat penggunaan kertas hingga 75% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Selain itu, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Perusahaan telah menetapkan kebijakan bekerja dari rumah bagi beberapa karyawan yang mengakibatkan pengurangan emisi karbon dari perjalanan pulang-pergi biasa serta pengurangan listrik dan air kantor. Ini memberikan dampak positif yang sangat besar bagi kelestarian lingkungan kita.

Pengembangan Produk dan/atau Layanan

Perusahaan berkomitmen untuk mengembangkan produk dan/atau layanan yang mendukung prinsip keuangan berkelanjutan dan menjaga kinerja pembiayaan bermasalah (*non-performing finance*). Pengembangan portofolio produk keuangan yang berkelanjutan diharapkan berdampak pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Produk pembiayaan dan/atau jasa yang ramah lingkungan antara lain dalam bentuk penyediaan pembiayaan untuk pembelian barang ramah lingkungan misalnya pembiayaan sepeda, sepeda listrik, panel surya, kendaraan listrik pribadi (*personal electric vehicle*), skuter listrik, dll.

Perusahaan secara terus menerus melakukan survei kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Survey/CSS*) untuk mengetahui kebutuhan dan kepuasan konsumen sebagai bagian dari nilai keberlanjutannya. Pada tahun 2020, hasil survei menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan konsumen kami terhadap produk dan layanan kami adalah 4,1 dari skala 5 (Data Januari - Oktober 2020) yang berarti konsumen memang puas dengan produk yang disediakan oleh Perusahaan. Tujuan dari survei kepuasan konsumen yang dilakukan oleh Perusahaan adalah untuk mengetahui kualitas produk yang telah dibuat untuk konsumen, untuk mengumpulkan dan mengevaluasi umpan balik sebagai acuan untuk perbaikan produk di masa mendatang, sebagai penilaian Perusahaan terhadap kegunaan produk itu. telah dibuat dan untuk membandingkan kompetensi Perusahaan dengan perusahaan lain di dalam industri yang sama.

Untuk dan atas nama Direksi
PT HOME CREDIT INDONESIA

Nama: Animesh Narang
Jabatan: Direktur Utama