

Laporan Keberlanjutan 2021 ("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").

1. Strategi Keberlanjutan

Penerapan Keuangan Berkelanjutan Perusahaan akan meningkatkan ketahanan dan daya saing Perusahaan, sehingga Perusahaan mampu menumbuhkan dan menyediakan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat termasuk sumber dan perlindungan finansial serta perangkat pembayaran, 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, memastikan kesejahteraan masyarakat melalui pemasaran rujukan (*referral marketing*) produk asuransi/perindungan dan mempromosikan penggunaan digitalisasi, alat pembayaran tanpa uang tunai).

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 pandemi *Corona Virus Disease 2019 ("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 telah 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

Pandemi COVID-19 yang melanda kita pada akhir kuartal pertama tahun 2020 terus berlanjut dalam beberapa gelombang besar sampai akhir tahun 2021. Sebagian besar rumah tangga dan bisnis di Indonesia telah berkali-kali 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, inovasi dan efisiensi di berbagai aspek, Perusahaan berhasil berada di jalur pemulihan dan profitabilitas yang benar, yang semakin membuktikan bahwa bisnis kami di Indonesia berkelanjutan secara ekonomi. Perusahaan mendukung kelestarian lingkungan dengan cara memberikan pembiayaan barang yang ramah lingkungan dan jasa yang memberdayakan masyarakat. Jenis barang yang didukung Perusahaan antara lain adalah sepeda beserta aksesorinya, dan pembiayaan untuk tujuan modal kerja yang membantu masyarakat untuk lebih maju secara finansial. Di bawah ini adalah ringkasan rincian pembiayaan produk dan jasa yang mendukung lingkungan dan ekonomi berkelanjutan.

| Deskripsi (dalam jutaan Rupiah) | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Pembiayaan Multiguna – Hanya Produk Berkelanjutan | | | |
| Nilai Pembiayaan | 137.370 | 184.550 | 165.499 |
| Jumlah Kontrak Baru | 20.752 | 38.902 | 36.746 |
| Laporan Keuangan Perusahaan | | | |
| Pendapatan Kotor | 2,922.761 | 3.968.078 | 3.442.813 |
| Laba Tahun Berjalan | 152.809 | (391.276) | 115.985 |
| Total Laba Komprehensif Tahun Berjalan | 174.839 | (387.256) | 110.033 |
| Nilai pembiayaan Produk dan/atau Jasa yang Memenuhi Kriteria Kegiatan Usaha Berkelanjutan (Pembiayaan Barang Ramah Lingkungan) | 137.370 | 184.550 | 165.499 |

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 2019 hingga 2021 seperti di bawah ini.

Biaya penggunaan listrik dan kertas

| Deskripsi | Nominal (dalam jutaan Rupiah) | | |
|--------------------|-------------------------------|-------|-------|
| | 2021 | 2020 | 2019 |
| Penggunaan Listrik | 4.554 | 6.906 | 9.071 |
| Penggunaan Kertas | 42 | 86 | 300 |

c. Aspek Sosial

Selain menerapkan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat termasuk untuk warga disabilitas, dengan tetap secara aktif berpartisipasi dalam penanganan pandemi dan pengaruh COVID-19 melalui berbagai aktivitas.

Kegiatan kelas Literasi Keuangan diadakan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat untuk mengelola keuangan dengan baik secara mandiri. Kami memberikan pengetahuan tentang produk jasa keuangan dan juga membuat 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 berupa 17 konsentrator 10-L-oxygen untuk pasien COVID-19 yang melakukan isolasi mandiri di rumah untuk membantu penyembuhannya.

Perusahaan memberikan kesempatan kepada penyandang disabilitas untuk memperoleh program beasiswa untuk mempelajari *coding developer* Android yang banyak diminati di berbagai industri. Kegiatan ini dilakukan dengan bekerja sama dengan Dicoding Indonesia 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, kami juga membuat video bersama atlet penyandang disabilitas, Ni Nengah Widiasih, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai para penyandang disabilitas, dan merenovasi ruang latihan bagi para atlet disabilitas di Bali untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik dan layak bagi para atlet untuk berlatih, serta menyediakan alat pendukung untuk latihan. Tujuan dari proyek ini adalah untuk meningkatkan kualitas hidup penyandang disabilitas dan mendapatkan kembali kemandirian serta bertujuan untuk membantu komunitas global mempelajari cara-cara baru dan lebih baik untuk menikmati hidup setelah cedera atau kondisi fisik traumatis.

Selain itu, kami juga berpartisipasi dalam inisiatif pemerintah untuk menawarkan kepada pelanggan yang terkena dampak COVID-19 berupa keringanan dan relaksasi pembayaran dalam bentuk *payment holiday* (penundaan/penangguhan pembayaran angsuran) dan perpanjangan jangka waktu (perpanjangan tenor pembayaran angsuran). Hal ini diharapkan dapat memberikan keberlanjutan sosial kepada pelanggan yang tidak beruntung. Kami juga memperluas cakupan asuransi perlindungan pembayaran (AMAN) kami untuk memasukkan peristiwa yang disebabkan oleh COVID-19 dan memperpanjang periode perlindungan setelah pelanggan disetujui dengan relaksasi/penundaan pembayaran.

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. Menyediakan layanan keuangan yang dapat diakses, bertanggung jawab dan terjangkau untuk menjaga hubungan sehari-hari dengan fokus seputar kebutuhan pelanggan kami.
 - c. Membantu konsumen mewujudkan mimpi-mimpi dan ambisi mereka dengan menyediakan produk dan layanan yang aman dan terpercaya.
 - d. Mengembangkan dan meningkatkan komunitas di mana kami beroperasi
 - e. Mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara mendukung konsumsi domestik.
- **Misi**

Kami hadir untuk memasarkan produk keuangan yang meningkatkan kehidupan dan gaya hidup pelanggan kami. Kami secara bertanggung jawab memberikan layanan keuangan terpercaya yang dapat diakses oleh pelanggan dan mitra bisnis melalui saluran pilihan mereka. Kami terus memenuhi kebutuhan yang berkembang, baik secara langsung maupun melalui ekosistem yang inovatif – membantu membangun dunia yang lebih tangguh.

Dalam menjalankan bisnis kami, kami menjunjung nilai-nilai Perusahaan yang berdasarkan 8 Kualitas Kepemimpinan sebagai berikut:

1. Mengutamakan Konsumen (*Customer Obsession*)

Fokus tanpa henti pada apa yang terbaik untuk pelanggan HCID dan HCID sebagai preferensi.

2. Berpikir Besar (*Thinking Big*)

Memotong kompleksitas dan secara kreatif mengembangkan peluang dan tindakan yang berarti dengan perspektif jangka panjang.

3. Berjiwa Wirausaha (*Entrepreneurship*)

Menemukan dan memanfaatkan peluang bisnis dengan cepat dan gesit dengan menginspirasi, membangun jaringan, dan mengambil alih kepemilikan.

4. Kecerdasan Digital (*Digital Savviness*)

Menemukan dan menggunakan alat dan proses digital untuk meningkatkan operasi, efisiensi dan bisnis sendiri.

5. Keunggulan Operasional (*Operational Excellence*)

Meraih hasil terbaik dengan tekad, efisiensi, dan kelincahan; menghasilkan model peran dan bekerja menuju perbaikan secara terus-menerus.

6. Waspada Terhadap Risiko (*Risk in Mind*)

Mengidentifikasi, menilai dan memantau risiko dan mengambil tindakan yang tepat sambil memaksimalkan peluang.

7. Berfokus Pada Sumber Daya Manusia (*People Centricity*)

Memimpin orang lain – secara fungsional dan informal – melalui pemberdayaan, pengembangan, dan inklusivitas.

8. Integritas (*Integrity*)

Bertindak dan berkomunikasi sebagai warga organisasi dengan memikirkan yang terbaik untuk semua orang.

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 | 2021 | 2020 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|
| Total aset atau kapitalisasi aset | 3.386.160 | 4.586.165 |
| Total kewajiban | 2.312.976 | 3.687.820 |

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

Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

| Deskripsi | 2021 | 2020 |
|-----------|-------|-------|
| Pria | 3.809 | 4.342 |
| Wanita | 2.963 | 3.054 |
| Total | 6.772 | 7.396 |

Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan

| Deskripsi | 2021 | 2020 |
|---------------------------|-------|-------|
| Direksi dan Kepala Fungsi | 12 | 16 |
| Manajer | 236 | 220 |
| Staf dan pelaksana | 6.524 | 7.160 |
| Total | 6.772 | 7.396 |

Jumlah Karyawan Berdasarkan Usia

| Deskripsi | 2021 | 2020 |
|-------------|-------|-------|
| <30 tahun | 4.436 | 4.671 |
| 30-50 tahun | 2.321 | 2.705 |
| >50 tahun | 15 | 20 |
| Total | 6.772 | 7.396 |

Jumlah Karyawan Berdasarkan Pendidikan

| Deskripsi | 2021 | 2020 |
|--|-------|-------|
| S3 | 2 | 2 |
| S2 | 48 | 42 |
| S1 | 2.053 | 2.126 |
| Diploma 3 | 503 | 566 |
| Sekolah Dasar – Sekolah Menengah Umum (SD-SMU) | 4.166 | 4.660 |
| Total | 6.772 | 7.396 |

Jumlah Karyawan Berdasarkan Status Ketenagakerjaan

| Deskripsi | 2021 | 2020 |
|--|-------|-------|
| Permanen | 2.874 | 3.828 |
| Kontrak, Pekerja Harian Lepas dan Tenaga Alih Daya | 3.898 | 3.568 |
| Total | 6.772 | 7.396 |

- **Persentase kepemilikan 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. Namun demikian, karena adanya pandemi COVID-19, kami harus melakukan upaya penyesuaian, sehingga per Desember 2021, kami memiliki 27 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, Pembiayaan Modal Kerja, Kartu Kredit dan Kegiatan Berbasis Imbal Jasa. Pada tahun 2021, Perusahaan meluncurkan 3 (tiga) jasa/produk/program keuangan baru yang mempromosikan keberlanjutan yang lebih baik: Home Credit BayarNanti (*paylater*) dalam kerangka Perjanjian Pembiayaan Multiguna dan dua program pemasaran rujukan (*referral marketing programs*) berupa produk asuransi mandiri baru: MyLifeCOVER dan CriticalLifeCOVER.

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 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. Namun, pada tahun 2020 dan 2021 karena pandemi COVID-19 kami perlu menerapkan strategi akuisisi hemat biaya dan menggabungkan beberapa kota seperti Samarinda, Mataram, Palu, Kediri, Pangkal Pinang, Kendari, Ambon, Kupang, Banyuwangi dan Aceh.

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 Desember 2021 kami telah mencapai 21.006 titik penjualan. Mengingat kondisi saat ini, kami akan terus mengevaluasi efektivitas dari setiap titik penjualan, dan melakukan penyesuaian sepanjang tahun 2020.

| Jumlah Point of Sales | Des-20 (Anggaran) | Des-20 (Realisasi) | Des-21 (Anggaran) | Des-21 (Realisasi) |
|-----------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Total Point of Sales (ekspektasi) | 17.672 | 15.179 | 20.090 | 21.006 |

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

Dengan lebih dari dua puluh 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 sudah menyediakan produk yang sepenuhnya digital. Baik pelanggan lama maupun calon pelanggan dapat melakukan permohonan, baik untuk proses akuisisi maupun untuk 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 mereka dan dapat menyentuh konsumen *online* kami. Bagian terakhir atas pengembangan *Mobile Application* kedepannya akan menyentuh kebutuhan sehari-hari. My Home Credit App akan menjadi platform yang sederhana, aman dan terlindungi untuk berkomunikasi dan bertransaksi yang sering. 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, e-Money dan/atau BNPL (*Buy Now Pay Later*) 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.

(3) 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 2021, Perusahaan 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 bekerja sama dengan penyedia jasa sistem pembayaran yang telah memiliki izin seperti Dompot Elektronik (e-Wallet) dan/atau alat pembayaran lainnya seperti 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.

(4) Pembiayaan Multiguna melalui Produk BayarNanti (Paylater)

Pada Januari 2021, kami meluncurkan Home Credit BayarNanti yang merupakan produk *paylater* yang memungkinkan pelanggan kami untuk menggunakan batas kredit mereka secara digital di jutaan *merchant* yang menerima QRIS di seluruh Indonesia. Kolaborasi dengan Kaspro ini memungkinkan kami dan pelanggan untuk memperluas penggunaan pembiayaan multiguna kami tanpa melibatkan jejak karbon yang signifikan dalam melakukan transaksi baru dengan toko-toko.

(5) Pemasaran Rujukan (Referral Marketing) Produk Asuransi Mandiri

Masih pada Januari 2021, kami memulai kegiatan pemasaran rujukan produk asuransi *term life* mandiri baru dalam program MyLifeCOVER. Asuransi tersebut mencakup kematian, cacat tetap total dan biaya rawat inap yang mendukung perencanaan hidup dan perlindungan yang lebih baik kepada masyarakat Indonesia dengan harga yang relatif terjangkau, mulai dari Rp 399.000 per keluarga per tahun. Proses pembelian dan klaim produk asuransi yang dikelola oleh mitra asuransi kami, PT Asuransi Harta Aman Pratama, sepenuhnya digital dan tanpa kertas.

Pada April 2021, kami juga meluncurkan aktivitas pemasaran rujukan lain dari produk baru perlindungan penyakit kritis mandiri dalam program CriticalLifeCOVER. Asuransi ini menjamin kematian dan tiga penyakit kritis yang paling banyak didiagnosis di Indonesia: serangan jantung, stroke, dan kanker. Premi asuransi dimulai dengan harga terjangkau Rp 199.000 per orang per tahun dan disediakan oleh PT Equity Life Indonesia sebagai penanggung asuransi. Sama seperti MyLifeCOVER, CriticalLifeCOVER dapat memberikan perlindungan bagi kehidupan masyarakat Indonesia yang lebih berkelanjutan.

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 2021, 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 dan menyediakan jasa yang mendukung keberlanjutan hidup misalnya asuransi, 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 Mengutamakan Konsumen (*Customer Obsession*), Berpikir Besar (*Thinking Big*), Berjiwa Wirausaha (*Entrepreneurship*), Kecerdasan Digital (*Digital Savviness*), Keunggulan Operasional (*Operational Excellence*), Waspada Terhadap Risiko (*Risk in Mind*), Berfokus Pada Sumber Daya Manusia (*People Centricity*), dan Integritas (*Integrity*).

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 melampaui target dalam jumlah toko yang bekerjasama karena kami melakukan ekspansi jangkauan atas usaha kami secara lebih efektif dari yang kami perkirakan sebelumnya;
- (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 pemerintah 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 (*sales agent*) yang ada dalam toko tersebut dengan cara adanya pelaporan yang dilakukan secara terpusat. Kami juga berlangganan dengan beberapa laporan penjualan barang elektronik utama 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/*underwriting 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 saat ini, pada Januari 2021 kami meluncurkan Home Credit BayarNanti, produk Beli Sekarang Bayar Nanti, menggunakan kerangka pembiayaan multiguna kami yang dapat digunakan di jutaan *merchant* di seluruh Indonesia yang menerima QRIS dalam kemitraan dengan Kaspro.

Masih pada Januari 2021, Perusahaan memulai kegiatan pemasaran rujukan produk asuransi *term life* mandiri baru dalam program MyLifeCOVER. Asuransi tersebut mencakup kematian, cacat tetap total dan biaya rawat inap yang mendukung

perencanaan hidup dan perlindungan yang lebih baik kepada masyarakat Indonesia dengan harga yang relatif terjangkau. Proses pembelian dan klaim produk asuransi dikelola oleh mitra asuransi kami, PT Asuransi Harta Aman Pratama, sepenuhnya digital dan tanpa kertas. Pada tahun 2021, kami berhasil menghasilkan lebih dari 50.000 prospek yang berhasil/melakukan pembelian untuk program pemasaran rujukan asuransi ini.

Pada April 2021, kami juga meluncurkan aktivitas pemasaran rujukan lain dari produk perlindungan penyakit kritis mandiri baru dalam program CriticalLifeCOVER. Asuransi ini menjamin kematian dan tiga penyakit kritis yang paling banyak didiagnosis di Indonesia, yaitu serangan jantung, stroke, dan kanker. Premi asuransi dimulai dengan harga terjangkau Rp 199.000 per orang per tahun dan disediakan oleh PT Equity Life Indonesia sebagai penanggung asuransi. Sama seperti MyLifeCOVER, CriticalLifeCOVER dapat memberikan perlindungan bagi kehidupan masyarakat Indonesia yang lebih berkelanjutan. Pada tahun 2021, kami berhasil menghasilkan lebih dari 30.000 prospek yang berhasil/melakukan pembelian untuk program pemasaran rujukan asuransi ini.

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 Desember 2021, kontribusi kami pada pembiayaan produk ramah lingkungan sudah mencapai 75% dari kinerja penuh tahun lalu.

Berikut adalah informasi sehubungan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan:

| Deskripsi | Nominal dalam jutaan Rupiah | | |
|---|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| | 2021 (Realisasi) | 2020 (Realisasi) | 2019 (Realisasi) |
| Pendapatan bunga bersih/Net interest income | 1.139.372 | 1.275.338 | 1.334.124 |
| Pendapatan biaya dan komisi bersih/Net fee and commission income | 932.518 | 1.139.894 | 1.353.363 |
| Pendapatan operasional/Operating income | 2.066.799 | 2.415.492 | 2.687.487 |
| Beban Operasional/Operating expenses | -1.843.157 | -2.906.921 | -2.499.100 |
| Laba/(Rugi) sebelum pajak /Profit/(Loss) for the period | 223.642 | -491.429 | 188.386 |
| Beban Pajak Penghasilan /Income Tax Expense | -70.833 | 100.152 | -72.401 |
| Laba/(Rugi) setelah pajak /Profit/(Loss) for the period | 152.809 | -391.276 | 115.985 |

| | | | |
|--|----------------|-----------------|----------------|
| Pendapatan komprehensif lainnya/Other comprehensive Income | 22.030 | 4.020 | -5.952 |
| Laba/(Rugi) setelah pendapatan komprehensif lainnya/ Profit/(Loss) after other comprehensive income | 174.839 | -387.256 | 110.033 |

Bisnis kami terkena dampak COVID-19 yang menyebar ke seluruh dunia. Selama akhir kuartal 2 sampai kuartal 3 tahun 2021, 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.

- **Kinerja Sosial:**

Dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berkelanjutan, Perusahaan juga memperhatikan dan berkomitmen pada pengembangan sosial kemasyarakatan. Komitmen tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan Literasi Keuangan dan TJSL Perusahaan selama tahun 2021, sebagai berikut:

- a. Program Literasi Keuangan

Program Literasi Keuangan di tahun 2021 yang telah dilakukan oleh HCID sebanyak 1 kelas luring bekerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-Governmental Organization / NGO*). Semenjak pandemi COVID-19, kegiatan kelas Literasi Keuangan dilakukan secara *online* sebanyak 2 kelas. Baik kegiatan online maupun offline untuk program Literasi Keuangan ini diberikan kepada Penyandang disabilitas dan masyarakat umum termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ("**UMKM**"),. 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:

| Financial Literacy Class | | | |
|--------------------------|---|------------------------|----------|
| Offline and Online | | | |
| No | Beneficiaries | Number of Participants | Date |
| 1 | General participants collaborated with Dikky Jolesar - Online | 53 | 15/6/21 |
| 2 | General participants collaborated with Amrazing - Online | 1928 | 22/10/21 |
| 3 | People with disabilities collaborated with Yayasan Bhakti Senang Hati - Offline | 35 | 16/12/21 |

- b. Aktivitas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Social Responsibility / TJSL*)
Perusahaan telah menyelenggarakan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ("**TJSL**") sebagai bentuk komitmen Perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat:

- 1) Membagikan 17 konsentrator oksigen 10 L untuk pasien COVID-19 yang melakukan isolasi mandiri di rumah untuk membantu proses penyembuhan bagi penderita COVID-19.
- 2) Memberikan kesempatan kepada 132 penyandang disabilitas untuk mendapatkan program beasiswa belajar *coding* untuk developer Android, yang banyak diminati di semua industri. Kegiatan ini bekerjasama dengan Dicoding Indonesia dengan tujuan "Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan individu dan kelompok di

masyarakat khususnya penyandang disabilitas melalui pengurangan disparitas kekayaan, ketidakseimbangan ras dan peningkatan kesetaraan pekerjaan”.

- 3) Meningkatkan kesadaran para penyandang disabilitas dengan membuat video kerjasama dengan Volix Media untuk mewawancarai seorang atlet disabilitas, Ni Nengah Widiasih.
- 4) Renovasi ruang latihan atlet penyandang disabilitas di Yayasan Bhakti Senang Hati Bali untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik dan layak bagi atlet untuk berlatih; dan menyediakan alat pendukung untuk pelatihan. Tujuan dari proyek ini adalah untuk meningkatkan kualitas hidup penyandang disabilitas dan mendapatkan kembali kemandirian dan bertujuan untuk membantu komunitas global mempelajari cara-cara baru dan lebih baik untuk menikmati hidup setelah cedera atau kondisi fisik yang traumatis.
- 5) Donasi dana untuk pembuatan 681 jilid buku Braille bagi siswa tunanetra tahun ajaran 2020-2021 dan 2021-2022 bekerjasama dengan Mitra Netra.
- 6) Memberdayakan karyawan kami untuk menjadi sukarelawan Mitra Netra dengan merekam buku audio dan menulis ulang buku untuk diterjemahkan ke dalam buku Braille.
- 7) Mendukung Palang Merah Indonesia untuk kampanye donasi memerangi COVID-19 dan membantu para korban letusan gunung Semeru.

- **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 2021 dan 2020

| Deskripsi | Nominal dalam jutaan Rupiah | |
|--------------------------|-----------------------------|-------|
| | 2021 | 2020 |
| Biaya penggunaan listrik | 4.554 | 6.906 |
| Biaya penggunaan kertas | 42 | 86 |

c. Strategi Pencapaian Target

Dalam mewujudkan program Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Fungsi Produk dan Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management* atau “**CRM**”) 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 Produk dan Manajemen Hubungan Pelanggan, di bawah Direktur Produk dan Manajemen Hubungan Pelanggan, 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 Eksekutif/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 Peraturan 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 2021, Perusahaan menyelenggarakan lebih dari 100 pelatihan, baik pelatihan internal maupun eksternal yang diikuti oleh 36.022 peserta. Mulai 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. Sebagai Lembaga Jasa Keuangan Non- Bank yang berkedudukan di Indonesia dan merupakan bagian dari Home Credit Group yang berkedudukan di Republik Ceko, Perusahaan wajib tunduk baik terhadap ketentuan lokal maupun regulator grup yang relevan.

Dalam menjalankan usahanya, Perusahaan dihadapkan pada risiko yang melekat pada seluruh kegiatan usaha dan operasionalnya. Manajemen Risiko dilakukan terhadap 8 (delapan) jenis risiko, yaitu Risiko Kredit, Risiko Pasar, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional, Risiko Kepatuhan, Risiko Hukum, Risiko Reputasi, dan Risiko Strategis, yang sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank (LJKNB) ("**POJK No. 44/2020**") dan Surat Edaran OJK Nomor 7/SEOJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi LJKNB ("**SEOJK No. 7/2021**").

Untuk memastikan pengelolaan risiko yang efektif dan patuh, Perusahaan menerapkan kerangka kerja yang paling kurang mencakup:

- 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.

Fungsi Manajemen Risiko di Perusahaan bermaksud untuk menjadi mitra bisnis atau penasihat untuk memandu pengambilan keputusan bisnis sehingga risiko yang diambil Perusahaan diperhitungkan dan dipertimbangkan, sesuai dengan selera, tujuan, dan sasaran Perusahaan. Manajemen Risiko akan secara dinamis mengikuti strategi dan inisiatif bisnis Perusahaan untuk memastikan penilaian risiko yang tepat waktu dan mitigasi risiko baik risiko baru maupun yang saat ini dihadapi oleh Perusahaan dalam mencapai tujuannya.

- 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.

Kami memiliki Komite Manajemen Risiko pada setiap 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

Pada tahun 2022, kami bermaksud melanjutkan kebijakan dan prosedur internal kami serta pemantauan pelaksanaannya. Prinsip-prinsip manajemen risiko diterapkan melalui kebijakan-kebijakan, batas dan selera risiko, pedoman operasional serta metodologi dan alat untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan melaporkan risiko.

Perusahaan memiliki Kerangka Kerja Manajemen Risiko yang menetapkan tujuan penerapan Manajemen Risiko, Model Operasi (*Three Line of Defense*), dan prinsip-prinsip utama penerapan Manajemen Risiko, seperti: Kultur Risiko, Selera Risiko dan Batas Risiko. Struktur Kerangka

Manajemen Risiko kami terdiri dari Strategi Manajemen Risiko, Pernyataan Selera Risiko dan kebijakan untuk pengelolaan risiko tertentu.

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.

Sedangkan, pernyataan Selera Risiko (*Risk Appetite*) mengatur risiko tertentu secara kualitatif dan kuantitatif bahwa Perusahaan bersedia mengambil untuk mencapai tujuannya dan mengatur tata kelola atas *risk appetite* batas persetujuan dan *risk appetite* batas eskalasi pelanggaran. Mulai tahun 2021, selera risiko Perusahaan disusun untuk mengatur pengambilan risiko Perusahaan dalam konteks misi dan strateginya serta kapasitas menanggung risiko dan kesediaannya untuk mengambil berbagai risiko. Penggunaan limit dipantau dan dilaporkan setiap bulan kepada manajemen melalui Rapat Komite. Hal ini untuk memastikan kepatuhan terhadap tingkat risiko yang sesuai dan diharapkan yang membantu Perusahaan untuk mengendalikan risikonya.

Persyaratan peraturan baik dari lokal maupun grup juga dipertimbangkan pada saat pembuatan kebijakan-kebijakan. Pada tahun 2021, Perusahaan telah memperbaharui kebijakan-kebijakan yang ada dan membenarkan Sistem Informasi internal, untuk memperkuat dan memastikan manajemen risiko yang koheren sesuai dengan Peraturan OJK No. 28/POJK.05/2020 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank ("**POJK No. 28/2020**") dan Peraturan OJK No. 4/POJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Sistem Informasi Bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank ("**POJK No. 4/2021**"). Selain itu, Perusahaan juga memperkenalkan beberapa kebijakan manajemen risiko untuk mengelola beberapa risiko spesifik.

Perusahaan menyempurnakan kebijakan dan prosedur Prinsip Mengenal Nasabah ("**PMN**"), Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme ("**APU PPT**"), meningkatkan penilaian risiko pelanggan, pemantauan transaksi, dan *sanction screening*. Kami juga meningkatkan implementasi PMN, APU PPT dengan menambahkan prinsip mengenal nasabah secara elektronik ("**e-KYC**") sebagai salah satu sarana PMN dalam menerima pelanggan baru. Dalam pelaksanaan e-KYC, kami juga menjunjung tinggi kepatuhan terhadap Peraturan OJK No. 12/POJK.01/2017 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan OJK No. 23/POJK.01/2019 tentang Perubahan atas POJK No. 12/POJK.01/2017 tentang Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme di Sektor Jasa Keuangan.

Sebagai bagian dari pengelolaan risiko kredit/pembiayaan, agar menggambarkan calon konsumen secara komprehensif, Perusahaan masih terus meningkatkan proses *scoring* internal dengan terus menjelajah data dan/atau informasi alternatif dari penyedia data eksternal dan manfaatnya untuk proses *underwriting*.

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 2021, Perusahaan melakukan Penilaian Sendiri Risiko dan Kontrol (*Risk and Control Self-Assessment*) Tahunan dengan fokus ke beberapa area yaitu inisiatif strategis bisnis, perlindungan data dan keamanan siber, pencegahan dan mitigasi penipuan, manajemen keluhan, dan APU PPT.

Pada tahun 2022, salah satu fokus kami masih meningkatkan pencegahan penipuan dan mitigasi cara-cara baru penipuan yang timbul dari digitalisasi *onboarding*. Perusahaan juga terus meningkatkan keamanan aplikasi mobile dan perlindungan data pelanggan. Kami meningkatkan deteksi penipuan transaksional dan mengembangkan alat deteksi baru untuk produk baru, optimalisasi penyelidikan penipuan, dan peningkatan penyelidikan produk transaksional yang dipicu oleh peringatan waktu nyata (*real-time alert*).

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 *credit scoring* alternatif dengan fokus pada bagaimana membuat profil pelanggan secara akurat.

Selain itu, untuk mendukung bisnis, Perusahaan memantau dengan cermat situasi pasar dan memastikan kami memiliki dukungan dan sumber pendanaan yang cukup. Berita harian dilaporkan kepada Komite Manajemen untuk memastikan tidak ada kejutan dan untuk memastikan risiko dipantau dan dikendalikan secara tepat waktu.

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.

Sementara itu, beberapa laporan manajemen disempurnakan untuk lebih memantau eksposur risiko di bidang Risiko Likuiditas dan Risiko Pasar dengan meningkatkan pemantauan limit untuk memastikan Perusahaan beroperasi masih dalam selera risiko.

Kami meningkatkan sistem pemantauan keluhan pelanggan untuk pengelolaan keluhan pelanggan yang lebih baik. Di bidang manajemen penipuan, kami meningkatkan mekanisme peringatan dini *antifraud*. Di bidang risiko kredit, kami meningkatkan model *scorecard* risiko kredit dan mempertahankan kelayakan pelanggan yang lebih baik.

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.

Di bidang Risiko Operasional, Perseroan memperkuat peran pertahanan lini pertama (*first line of defense*) dimana lebih banyak Risk Coordinator dan Person In Charge (PIC) untuk mendukung Risk Coordinator. Perusahaan menerapkan nilai-nilai *Risk in Mind* dan ini diterjemahkan ke dalam kinerja utama (tujuan) yang akan ditetapkan wajib untuk tingkat manajerial, termasuk Komite Eksekutif dan Dewan Direksi kami.

Sebagai lini pertahanan kedua, Tim Risiko Operasional, dan Hukum dan Kepatuhan melakukan Simulasi Audit Lini Kedua (*Second Line*) untuk memeriksa kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan.

Di bidang manajemen risiko kredit, Fungsi Risiko Perusahaan bertanggung jawab untuk menetapkan ambang batas penjaminan pada sistem sesuai dengan strategi dan kebijakan yang telah disetujui. Melalui pendekatan inilah manajemen mempertahankan tingkat risiko yang diinginkan dalam portofolio. Kami harus sepenuhnya mematuhi dan mengikuti kebijakan, serta peraturan lokal, standar keuangan, dan persyaratan audit. Setiap perubahan *underwriting* kredit harus dijelaskan dan didukung baik dengan analisis portofolio terkini atau keputusan strategis Komite Manajemen.

Salah satu fokus kami di tahun 2021 adalah perlindungan data dan keamanan siber dan kami akan melanjutkan komitmen kami dalam melindungi data pada tahun 2022. Kami meningkatkan pemantauan data melalui Komite Perlindungan Data dengan agenda yaitu diskusi tentang potensi risiko/masalah yang dapat merugikan Perusahaan, mitigasi dan rencana tindakan yang diambil. Pada tahun 2021, salah satu pencapaian terbesar kami adalah memperoleh ISO 27001 tentang Manajemen Keamanan Informasi yang menunjukkan bahwa manajemen keamanan informasi kami telah bekerja dengan cukup dan baik sesuai dengan standar.

Dari pertahanan lini ketiga (*third line of defense*), Audit Internal akan memberikan perannya untuk mengelola risiko dengan melakukan kegiatan audit permanen yang berfokus pada area yang memiliki risiko kritis berdasarkan penilaian risiko tahunan atau area yang menjadi perhatian manajemen.

- **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 yang masih terjadi dalam beberapa gelombang besar sampai akhir 2021. Krisis tersebut telah

memberikan masa-masa yang menantang dan sulit bagi semua orang, termasuk konsumen kami. Meskipun telah terjadi pemulihan dibandingkan tahun 2020, perjanjian pembiayaan pada tahun 2021 masih lebih sedikit jika dibandingkan dengan periode sebelum pandemi sebagai akibat dari perpanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan menurunnya daya beli masyarakat.

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 dan dari kantor secara *hybrid* 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 jasa keuangan 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/jasa/kerja sama, mengevaluasi dan memprioritaskan kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Perusahaan dalam mengembangkan produk/jasa/kerja samanya 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), 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 2021 (per tanggal 31 Desember 2021), Perusahaan menerima 55,142 pengaduan dimana 99,74% 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. Perusahaan juga berinisiatif bermitra dengan Kaspro dalam menambah *use case* produk pembiayaan multiguna kami di jutaan merchant penerima QRIS di seluruh Indonesia. Dengan menggunakan QRIS, Perseroan tidak perlu mengeluarkan jejak karbon dalam membuka kemitraan dengan merchant satu per satu. Selain itu, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Perusahaan terus menerapkan kebijakan kerja dari rumah dan dari kantor secara *hybrid* bagi beberapa karyawan yang mengakibatkan pengurangan emisi karbon dari perjalanan pulang-pergi 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. Pengembangan portofolio produk pembiayaan yang berkelanjutan diharapkan dapat berdampak pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pembiayaan produk dan jasa yang ramah lingkungan antara lain berupa penyediaan dana untuk pembelian barang-barang ramah lingkungan, misalnya pembiayaan untuk sepeda, sepeda listrik, panel surya, kendaraan listrik pribadi, skuter listrik, dll.

Untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca Pandemi Covid-19, kami mengalihkan program pinjaman tunai dari konsumsi ke dana bisnis. Kami meluncurkan pembiayaan modal kerja, sebuah program pembiayaan yang mendukung pelanggan kami membiayai bisnis mereka atau mulai membangunnya. Program tersebut berhasil mengubah perilaku konsumsi menjadi perilaku yang lebih produktif. Proses ini juga ditingkatkan selama ini untuk memastikan proses pengiriman faktur yang lebih lancar bagi pelanggan kami berdasarkan umpan balik yang kami kumpulkan dari suara pelanggan dan penerapan teknologi yang lebih dapat diterapkan kepada mereka.

Perusahaan secara berkesinambungan melakukan survei kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Survey/CSS) untuk mengetahui kebutuhan, umpan balik, dan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari nilai keberlanjutannya. Pada tahun 2021, hasil survei menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan pelanggan kami terhadap produk dan layanan kami adalah 3,9 dari skala 5 (Data dari Januari – Desember 2021), yang berarti pelanggan kami cukup puas dengan produk kami, dan masih ada ruang untuk perbaikan pada tahun 2022.

Tujuan dari survei kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Perseroan adalah untuk terus memantau dan menentukan kualitas produk yang dibuat untuk pelanggan serta mengumpulkan dan mengevaluasi umpan balik sebagai referensi untuk perbaikan dan pengembangan produk atau layanan di masa mendatang. Proses ini juga memungkinkan Perusahaan menilai kegunaan produk yang dibuat dan membandingkan kompetensi kami dengan kompetitor kami.



PT Home Credit Indonesia

Plaza Oleos 8th Floor, Jl. TB Simatupang No. 53A, Kebagusan - Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Indonesia
Tel: (+62) 21 2953 9655, Fax: (+62) 21 2278 0155, Website: www.homecredit.co.id

Untuk dan atas nama Direksi
PT HOME CREDIT INDONESIA

Nama: Animesh Narang
Jabatan: Direktur Utama
Tanggal: 27 Mei 2022