

## Laporan Keberlanjutan 2023 (“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 keuangan, perlindungan dan 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 penyederhanaan proses 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 bagi setiap konsumen yang telah menggunakan produk kami melalui Aplikasi Seluler My Home Credit (“**Aplikasi My Home Credit**”) menjadi lebih cepat, dan penawaran melalui telepon (*telemarketing*) selama proses akuisisi (*onboarding*).
- Pengurangan biaya akuisisi dengan mengoptimalkan proses.
- Peningkatan lebih lanjut atas keputusan persetujuan pembiayaan kami dalam 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. Perusahaan lebih selektif dalam memberikan pembiayaan kepada konsumen yang tidak memiliki riwayat pembiayaan sebelumnya yang tercatat di biro kredit.
- Peningkatan kualitas penilaian (*underwriting*) melalui pemanfaatan *big data* dari pihak ketiga untuk meningkatkan proses *underwriting* kami. Hal ini membutuhkan penyesuaian dan pemantauan sehari – hari untuk mengakomodasi tren risiko yang sangat dinamis di pasar. Sebagai

contoh, salah satu tantangan yang dihadapi Perusahaan adalah meluasnya aplikasi pesaing karena kami melihat adanya masalah dengan konsumen yang mengambil beberapa pinjaman di pesaing lain.

- Membuat penggunaan *open-loop* atas produk kami untuk memperluas jaringan penerimaan 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 dengan 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 sebagai tambahan untuk memperluas kemitraan kami dengan penyedia asuransi.
- Meningkatkan Manajemen Hubungan Konsumen (*Customer Relationship Management*) kami dengan menggunakan perangkat analisis dan segmentasi tingkat lanjut, termasuk strategi kampanye dan strategi peneleponan serta mengembangkan program loyalitas dan reward Home Credit.

## 2. Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan

Memasuki tahun ke-11 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. Meskipun, Perusahaan menghadapi kesulitan dalam menghadapi inflasi dan kenaikan suku bunga, namun pada tahun 2023 menunjukkan pertumbuhan berkelanjutan Perusahaan dari berbagai aspek bisnis (harap lihat tabel di bawah), serta pertumbuhan kontribusi sosial dan lingkungan.

### a. Aspek Ekonomi

Perang antara Rusia dan Ukraina yang dimulai pada bulan Februari 2022 menyebabkan dampak ekonomi yang parah ke seluruh dunia, yang juga berdampak pada Indonesia. Inflasi meningkat di tahun 2022, dan untuk mengatasi dampaknya, Bank Indonesia meningkatkan suku bunga dari 3,5% di awal tahun 2022 menjadi 6,0% di akhir tahun 2023. 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. Pada tahun 2023, Perusahaan masih dalam tahap pemulihan dan penyesuaian strategi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, namun pertumbuhan sudah mulai terlihat dalam hal penyaluran pembiayaan.

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 (termasuk aksesorisnya), pemurni air dan udara (*water and air purifier*), dan penyedia berbagai pembiayaan 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)	2023	2022	2021
<b>Pembiayaan Multiguna – Hanya Produk Berkelanjutan</b>			
Nilai Pembiayaan	120.518	154.535	68.748
Jumlah Kontrak Baru	19.948	23.139	12.886
<b>Laporan Keuangan Perusahaan</b>			
Pendapatan Kotor	2.903.694	2.593.258	2.504.341
Laba Tahun Berjalan	29.615	27.038	152.808
Total Laba Komprehensif Tahun Berjalan	32.118	22.510	174.838
Nilai pembiayaan Produk dan/atau Jasa yang Memenuhi Kriteria Kegiatan Usaha Berkelanjutan (Pembiayaan Barang Ramah Lingkungan)	120.518	154.535	68.748

## 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 meneruskan peralihan 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.

Dalam melaksanakan kegiatan usaha dan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga memperhatikan aspek lingkungan dimana Perusahaan selalu berusaha untuk menggunakan kertas dan energi (listrik) 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 2021 hingga 2023 seperti di bawah ini.

Biaya penggunaan listrik dan kertas

Deskripsi	Nominal (dalam jutaan Rupiah)		
	2022	2021	2020
Penggunaan Listrik	4.966	4.393	4.554
Penggunaan Kertas	21,97	24,11	31,36

## c. Aspek Sosial

Selain menerapkan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat termasuk bagi penyandang disabilitas.

Kegiatan kelas Literasi Keuangan diadakan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan memberdayakan individu untuk mengelola keuangan secara mandiri. Selain memberikan wawasan mengenai produk layanan keuangan, kami juga memasukkan unsur literasi kredit dan literasi digital. Selain itu, kami juga membuat konten video dan media sosial yang berfokus pada pengelolaan keuangan dan literasi digital yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial.

Pada tahun 2023, inisiatif Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Social Responsibility* atau “**CSR**”) menjadi pusat perhatian dengan diluncurkannya Program Sukarelawan Ramadhan. Dengan tim yang terdiri dari 56 sukarelawan yang terdiri dari karyawan kami, kami melakukan kunjungan ke dua Yayasan yang melayani penyandang disabilitas, memberikan dukungan dan membantu dalam pembuatan kerajinan tangan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi selama bulan suci Ramadhan. Selain itu, acara inklusif kami juga menjadi ajang bagi para penerima manfaat dan relawan untuk menampilkan bakat mereka melalui lagu, tarian, dan pertunjukan panggung, yang menyoroti komitmen teguh kami terhadap prinsip – prinsip CSR dan promosi inklusivitas.

Melalui upaya – upaya ini, Perusahaan menegaskan kembali dedikasinya untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat, memupuk persatuan, dan membuka jalan bagi masa depan yang lebih adil. Dengan terus memprioritaskan inisiatif CSR, yang dipandu oleh nilai – nilai kepedulian dan inklusivitas, setiap upaya ini menjadi bukti komitmen kami yang teguh untuk menciptakan perubahan yang berarti bagi masyarakat yang kami layani.

### **3. Profil Singkat Perusahaan**

#### **a. Visi, Misi dan Nilai Keberlanjutan Perusahaan**

Visi dan misi Perusahaan adalah sebagai berikut:

- **Visi**

Kami hadir untuk memasarkan produk keuangan yang dapat membantu menciptakan kesempatan bagi orang-orang untuk meningkatkan kehidupan mereka. Kami secara bertanggung jawab memberikan layanan keuangan tepercaya yang diakses pelanggan dan mitra bisnis melalui saluran pilihan mereka. Kami terus memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dengan memberikan pengalaman yang praktis sehingga mereka dapat fokus pada hal yang penting dan memberi mereka informasi yang jelas dan dapat membuat keputusan yang lebih baik.
- **Misi**
  - 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. Untuk membantu pelanggan memenuhi kebutuhan mereka dan mempertahankan arus kas mereka dengan menggunakan produk kami yang terpercaya dan transparan.
- d. Untuk meningkatkan dan memberdayakan masyarakat di mana kami beroperasi, khususnya dalam hal literasi keuangan dan digital.
- e. Mempererat hubungan dengan mitra bisnis kami melalui layanan yang handal dan program-program yang menarik bagi pelanggan.
- f. Untuk terus meningkatkan manajemen risiko dan pengalaman pelanggan kami yang kuat dengan memanfaatkan teknologi canggih.

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 merasa memiliki.
- 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](http://www.homecredit.co.id)

Layanan Konsumen: [care@homecredit.co.id](mailto:care@homecredit.co.id), Telepon/WhatsApp 021-29539600

Media Sosial:



### c. Skala Usaha Perusahaan

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

Deskripsi	2023	2022
Total aset atau kapitalisasi aset	4.657.267	5.129.850
Total kewajiban	3.529.455	4.034.156

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

#### Jumlah Personel Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi	2023	2022
Pria	4.847	4.956
Wanita	4.456	4.408
Total	9.303	9.364

#### Jumlah Personel Berdasarkan Jabatan

Deskripsi	2023	2022
Direksi dan Kepala Fungsi	11	12
Manajer	269	257
Staf dan pelaksana	8.875	9.095
Total	9.303	9.364

#### Jumlah Personel Berdasarkan Usia

Deskripsi	2023	2022
<30 tahun	6.618	6.838
30-50 tahun	2.664	2.513
>50 tahun	21	13
Total	9.303	9.364

#### Jumlah Personel Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi	2023	2022
S3	0	1
S2	77	74
S1	2.079	2.112

Diploma 3	665	726
Sekolah Dasar – Sekolah Menengah Umum (SD-SMU)	6.482	6.451
Total	9.303	9.364

**Jumlah Personel Berdasarkan Status Ketenagakerjaan**

Deskripsi	2023	2022
Permanen	1.778	2.051
Kontrak, Pekerja Harian Lepas, Penyedia Jasa Individu dan Alih Daya	7.525	7.313
Total	9.303	9.364

- **Persentase pemilikan saham**

Mayoritas saham Perusahaan yaitu sebesar 75,01% dari seluruh nilai nominal saham dimiliki oleh Bank of Ayudhya Tbk, anggota dari Mitsubishi UFJ Financial Group (“**MUFG**”).

- **Wilayah Operasional**

Per Desember 2023, kami memiliki 20.947 *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. Sejak pertengahan tahun 2022 karena kasus COVID-19 mulai membaik, kami mulai memperluas area penjualan di Cilegon – Serang, Kediri, Purwokerto dan Samarinda untuk mendorong penjualan. Ekspansi terbaru kami di tahun 2023, adalah di Sampit, Kalimantan Tengah, yang menambah kehadiran kami di 223 kota di seluruh Indonesia.

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 Desember 2023, kami memiliki 22 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 dan Pembiayaan Modal Kerja dengan cara Fasilitas Modal Usaha (tanpa jaminan) yang dihentikan pada bulan April 2023 karena berakhirnya kebijakan *countercyclical* OJK. Selain Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran

secara Angsuran, kami juga melakukan kegiatan usaha (i) Pembiayaan Multiguna dengan cara Fasilitas Dana, (ii) Pembiayaan Modal Kerja dengan cara Anjak Piutang, (iii) Kartu Kredit, dan (iv) Kegiatan berbasis imbal jasa dalam berbagai bentuk.

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

**(1) Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran Melalui POS (“Pembiayaan POS Offline”)**

Pembiayaan POS Offline kami 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 (*tier 2 – 3 cities*): 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. Seiring dengan memulihnya pasar dari pandemi COVID-19 pada pertengahan tahun 2022, kami mulai memperluas area penjualan di beberapa area, seperti Cilegon – Serang, Kendari, Mojokerto untuk memfokuskan pembiayaan di area tersebut.

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 2023 kami telah mencapai 20.947 POS. Mengingat kondisi saat ini, kami akan terus mengevaluasi efektivitas dari setiap POS.

<b>Jumlah Point of Sales (POS)</b>	<b>Des-22 (Anggaran)</b>	<b>Des-22 (Realisasi)</b>	<b>Des-23 (Anggaran)</b>	<b>Des-23 (Realisasi)</b>
Total POS	<b>38.350</b>	<b>22.157</b>	<b>26.093</b>	<b>20.947</b>

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

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 My Home Credit**



Dengan lebih dari tujuh belas juta pengguna yang terdaftar, ambisi Aplikasi My Home Credit 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. Aplikasi My Home Credit yang awalnya merupakan layanan *online self-servicing* sekarang berkembang menjadi sarana utama untuk berinteraksi antara konsumen dan Perusahaan, termasuk pendistribusian seluruh produk. Berkat kesuksesan ini, dan juga didukung oleh pertumbuhan aksesibilitas telepon pintar (*smartphones*) dan koneksi internet di seluruh Indonesia, kami mengubah model bisnis kami menuju bisnis yang berpusat pada aplikasi My Home Credit.

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 My Home Credit. Kami juga telah memperkenalkan beberapa personalisasi fitur-fitur, yang dapat membuat Aplikasi My Home Credit lebih mudah digunakan untuk pengguna dalam hal preferensi individu (*user friendly*). Tentunya, platform Aplikasi My Home Credit ini dibuat dengan tetap patuh pada semua peraturan terkait agar Perusahaan dapat memberikan tingkat perlindungan terhadap data pribadi dan keamanan dunia maya (*cyber security*). Sejak Juli 2021, kami telah memperoleh ISO 27001 untuk sertifikasi Sistem Manajemen Keamanan Informasi untuk Aplikasi My Home Credit dan kami tetap mempertahankan sertifikasi ISO 27001 hingga saat ini.

Aplikasi My Home Credit 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 Aplikasi My Home Credit adalah dengan membawa platform ke dunia "*off-line*" untuk menjembatani antara ritel *Online* dan POS dengan Perusahaan. Kami akan memperkenalkan *platform mobile* kami kepada mitra POS kami untuk dapat memperluas saluran akuisisi pembiayaan mereka dan dapat juga menjangkau basis konsumen *online* kami. Bagian terakhir atas pengembangan Aplikasi Seluler di masa depan akan menyentuh penggunaan sehari-hari. Aplikasi My Home Credit 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 bernilai 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-Money dan/atau BNPL (*Buy Now Pay Later*, dalam rangka Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Angsuran) melalui platform Aplikasi Seluler.

Konsumen yang akan mengajukan pembiayaan melalui Aplikasi My Home Credit dapat menikmati penggunaan pelayanan secara *self-service* dan dapat menggunakan Aplikasi My Home Credit 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 dengan cara Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran Melalui Platform E-Commerce (“Pembiayaan POS Online”)**

Sejak 2017, Perusahaan telah melakukan kerjasama dengan toko *online* dan telah meluncurkan pembiayaan platform *E-Commerce* kepada para konsumen. Mitra *E-Commerce* Perusahaan saat ini adalah: Tokopedia (di mana kemitraan telah berakhir pada Desember 2023), Bukalapak dan Blibli.com. Pada tahun 2021 – 2023, 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.

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

**(4) Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran Melalui Produk BayarNanti (“Pembiayaan Paylater”)**

Pada akhir tahun 2020, kami meluncurkan Home Credit BayarNanti yang merupakan produk Pembiayaan *Paylater* dalam kerangka Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Pembayaran secara Angsuran, yang memungkinkan pelanggan kami untuk menggunakan batas kredit/pembiayaan 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.

Pada Mei 2022, kami juga membuka kesempatan bagi pelanggan kami untuk menggunakan Pembiayaan *Paylater* untuk pembayaran utilitas di dalam lingkungan digital Aplikasi My Home Credit sebagai perluasan produk lebih lanjut guna memberikan kemampuan untuk memanfaatkan limit di berbagai arah dan tujuan yang berbeda.

Pada Desember 2023, kami juga telah mengintegrasikan Home Credit BayarNanti untuk pembayaran di ekosistem *e-commerce* BliBli sehingga konsumen dapat menggunakan produk BayarNanti kami untuk belanja online.

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

Pemasaran rujukan produk asuransi mandiri di tahun 2023 dilakukan melalui kegiatan *piloting*/percontohan untuk produk perbaikan *smartphone* baru. Namun pada akhir tahun 2023 kami menyadari bahwa model bisnis pemasaran rujukan memiliki potensi, sehingga kami berupaya untuk meningkatkan model bisnis ini dengan cara berfokus pada pencarian mitra (*broker asuransi*) yang dapat memberikan pilihan produk yang lebih banyak dan sesuai dengan target market Perusahaan. Proses tender untuk mencari mitra yang tepat sudah mulai dilakukan sejak akhir tahun 2023 dan hingga saat ini kegiatan pencarian mitra tersebut masih berlangsung.

**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 2023, Perusahaan telah menentukan 6 (enam) program jangka pendek sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang Keuangan Berkelanjutan, baik internal maupun eksternal, termasuk karyawan dan semua mitra Bisnis (“B2B”) dan masyarakat umum, misalnya mengadakan kampanye kesadaran tentang pemberdayaan masyarakat dan sosial, kegiatan ramah lingkungan (penghematan listrik dan/atau kertas) kampanye kesadaran komoditas berkelanjutan atau produk ramah lingkungan dan mendorong pelanggan untuk mengambil bagian. Kampanye tersebut bisa diselenggarakan melalui email, situs web, atau Aplikasi My Home Credit, dan lain-lain.
- 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*), dan penggunaan *Document Management System - JIRA* (“DMS-JIRA”) sebagai alat persetujuan tanpa kertas untuk dokumen kebijakan/prosedur Perusahaan.
- 3) Bekerjasama dengan mitra yang ada atau bekerja sama dengan mitra baru yang menjual produk ramah lingkungan. Membuat program promosi dan kampanye dengan mereka untuk mempromosikan produknya.
- 4) Bermitra dengan perusahaan asuransi untuk memasarkan produk asuransi yang berdiri sendiri yang akan melindungi individu dan keluarga di Indonesia, dengan rencana bernilai baik (*value-for-money*) untuk jiwa dan harta benda mereka.
- 5) Berkolaborasi dengan penyedia layanan pembayaran untuk mempromosikan penggunaan produk pembayaran digital untuk mendukung terciptanya *less-cash society*.
- 6) Meningkatkan Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Mempromosikan Inklusi. Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan bekerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan individu dan kelompok dalam masyarakat, termasuk penyandang disabilitas melalui pengurangan kesenjangan kekayaan, peningkatan kesadaran akan keberagaman, dan mempromosikan kesetaraan kerja.

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. Pada sisi positifnya, kami dapat membiayai produk sepeda beserta aksesorisnya yang terus menjadi tren dengan tetap mendukung kelestarian lingkungan.

Meskipun dalam keadaan sebagaimana disebutkan di atas, Direksi dan manajemen Perusahaan berkomitmen untuk meningkatkan dan melanjutkan penerapan Pembiayaan 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 terus memanfaatkan Teknologi Informasi untuk mendukung pencapaian program Keuangan Berkelanjutan sepanjang tahun 2023 dan seterusnya.

Sejak Maret 2018, Perusahaan telah memulai penggunaan kontrak pembiayaan tanpa kertas (*paperless financing 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 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 akan 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 peminjam 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 melalui Pembiayaan POS Offline. Kami membiayai pembelian hampir semua barang kebutuhan konsumen, seperti peralatan rumah tangga, furnitur, barang-barang elektronik dan lain-lain, dalam kerangka 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-11 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 sejumlah toko yang bekerjasama karena kami lebih efektif dalam memperluas cakupan lebih jauh dari kantor kami daripada yang diperkirakan 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 Aplikasi My Home Credit agar dapat menyediakan akses yang mudah terhadap seluruh informasi tentang produk pembiayaan kami dan proses aplikasi yang mudah untuk para konsumen.

Selama beberapa tahun terakhir kami telah membuktikan kemampuan kami untuk mengembangkan usaha kami secara berkelanjutan, organik dan aman. Dengan adanya inflasi dan kenaikan suku bunga, serta dikombinasikan dengan kondisi perekonomian yang terjadi, 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 luas 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 terjadi akibat dari inflasi dan kenaikan suku bunga. Kami juga memantau posisi kami secara terus menerus terhadap para pesaing kami dalam seluruh pasar (melalui data pada 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 komoditas, 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 informatika (IT) dan pengolahan data dan kami

juga secara konsisten 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 2020 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. Kemudian, pembayaran utilitas dengan menggunakan aplikasi seluler dan transaksi di e-commerce Blibli juga ditambahkan.

Pemasaran rujukan produk asuransi mandiri di tahun 2023 dilakukan melalui kegiatan *piloting/percontohan* untuk produk perbaikan *smartphone* baru. Namun pada akhir tahun 2023, kami menyadari bahwa model bisnis pemasaran rujukan memiliki potensi sehingga kami berupaya untuk meningkatkan model bisnis ini dengan cara berfokus pada pencarian mitra (*broker asuransi*) yang dapat memberikan pilihan produk yang lebih banyak dan sesuai dengan target market Perusahaan. Proses tender untuk mencari mitra yang tepat sudah mulai dilakukan sejak akhir tahun 2023 dan hingga saat ini kegiatan pencarian mitra tersebut masih berlangsung.

Terkait produk keberlanjutan dan ramah lingkungan, terlepas dari tantangan yang kami hadapi dalam industri muti-finance, kami masih mampu berkontribusi pada pembiayaan produk ramah lingkungan sebesar 1,84% dari total volume baru produk pembiayaan pada tahun 2023, terutama yang berasal dari sepeda (termasuk aksesorisnya), pemurni udara (*air purifier*) dan pemurni air (*water purifier*).

Berikut adalah informasi sehubungan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan:

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah		
	2023 (Telah Diaudit)	2022 (Telah Diaudit)	2021 (Telah Diaudit)
<b>Pendapatan bunga bersih/<i>Net interest income</i></b>	<b>1.261.790</b>	<b>1.196.012</b>	<b>1.139.372</b>

Pendapatan biaya dan komisi bersih/ <i>Net fee and commission income</i>	1.243.060	1.014.175	927.427
Pendapatan operasional/ <i>Operating income</i>	2.504.850	2.210.187	2.066.799
Beban Operasional/ <i>Operating expenses</i>	(2.454.760)	(2.162.477)	(1.843.157)
Laba/(Rugi) sebelum pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	47.399	49.680	223.642
Beban Pajak Penghasilan / <i>Income Tax Expense</i>	(17.784)	(22.642)	(70.833)
Laba/(Rugi) setelah pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	29.615	27.038	152.809
Pendapatan komprehensif lainnya/ <i>Other comprehensive Income</i>	2.503	(4.528)	22.030
Laba/(Rugi) setelah pendapatan komprehensif lainnya/ <i>Profit/(Loss) after other comprehensive income</i>	32.118	22.510	174.839

Dengan berlanjutnya upaya Pemerintah dalam menstabilkan perekonomian nasional pasca pandemi COVID-19 di tengah perlambatan perekonomian global, meningkatnya tensi geopolitik, risiko inflasi dan perubahan iklim, perekonomian nasional pada tahun 2023 tetap tumbuh sebesar 5,05% (*year on year*), meskipun lebih rendah dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2022 sebesar 5,31% (*year on year*). Karena pemulihan bisnis masih lebih lambat dari perkiraan, konsumsi domestik memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian. Meskipun kondisi pasar berfluktuasi dari waktu ke waktu, pendapatan operasional HCID menunjukkan pertumbuhan positif dari tahun 2021 hingga 2023 yang dikontribusi oleh upaya Perusahaan untuk terus memperluas dan memperkuat posisi Perusahaan di pasar pembiayaan konsumen, meluncurkan produk baru dan memperkuat hubungan kami dengan mitra utama kami (*key account*). Seiring dengan pertumbuhan *topline*, hal ini berdampak pada peningkatan biaya operasional dan biaya risiko. Namun dengan optimalisasi biaya operasional (OPEX) dan pengelolaan kas yang baik, kami masih mampu menghasilkan laba di tahun berjalan.

- **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 CSR Perusahaan selama tahun 2023, sebagai berikut:

- a. Program Literasi Keuangan

Program Literasi Keuangan pada tahun 2023 telah dilakukan oleh HCID sebanyak 2 kelas luring, 57 konten media sosial, dan 6 acara gamifikasi Literasi Keuangan yang bekerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-Governmental Organization / NGO*), portal Pendidikan dan merek/*brand* lainnya. Kegiatan program Literasi Keuangan diberikan kepada penyandang disabilitas, pelajar, dan masyarakat termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (“**UMKM**”). Kegiatan kelas Literasi Keuangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara mandiri. Berikut kelas Literasi Keuangan yang sudah dilaksanakan baik secara *offline*, *online* serta konten video yang disebarluaskan melalui media sosial:

Program Literasi Keuangan			
Luring ( <i>Offline</i> ) dan Daring ( <i>Online</i> )			
No.	Penerima/Peserta	Jumlah Peserta	Tanggal
1	Penyandang cacat (disabilitas) pada Yayasan Cheshire	18	3 Mei 2023
2	Mahasiswa di Palangkaraya	63	25 Agu 2023
3	Pelajar SMA di Saparua, Ambon	143	25 Mei 2023
4	Konsumen dan Masyarakat umum di Pekan Raya Jakarta	1.082	14 Jun 2023
5	Konsumen dan Masyarakat umum di iBoxing week	10	11 Agu 2023
6	Konsumen dan Masyarakat umum di Eraversary	10	27 Sep 2023
7	Konsumen dan Masyarakat umum di Bogor Fest	40	26 Agu 2023
8	Konsumen dan Masyarakat umum di APPI Palembang	72	13 Okt 2023
9	Konsumen dan Masyarakat umum di Electronic City	15	11 Nov 2023
10	Followers dan Masyarakat umum di sosial media Perusahaan	8.515.508	2023

b. Aktivitas CSR sebagai bentuk komitmen Perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat:

1) Program CSR kami pada bulan Ramadhan lalu menjadi momen kolaboratif dan inspiratif di Jakarta dan Bandung, dimana 56 karyawan kami menjadi sukarelawan untuk Yayasan Pulas Katumbiri dan Yayasan Cheshire. Mereka secara antusias membantu teman-temannya yang difabel dalam membuat kerajinan tangan untuk meningkatkan pendapatannya. Pada acara puncak kegiatan tersebut, kami mengadakan acara seni inklusif yang menghadirkan penampilan nyanyian, pantomim, dan musik dari para relawan dan teman-teman difabel. Acara ini tidak hanya memberikan wadah bagi mereka untuk mengekspresikan bakat mereka tetapi juga memperkuat rasa inklusi dan kebersamaan dalam komunitas.

- **Kinerja Lingkungan:**

Komitmen Perusahaan terhadap lingkungan diwujudkan melalui penghematan energi (seperti penghematan pemakaian kertas) dan melanjutkan 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 tahun 2023, 2022 dan 2021:

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah		
	2023	2022	2021



Biaya penggunaan listrik	4.966	4.393	4.554
Biaya penggunaan kertas	21,97	24,11	31,36

**c. Strategi Pencapaian Target**

Dalam mewujudkan program Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Fungsi Produk sebagai Fungsi yang akan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan ("**Fungsi yang Bertanggung Jawab**"), termasuk bekerja sama dengan Fungsi lain dalam 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, di bawah Direktur Produk, 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 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan OJK No. 29/POJK.05/2020 tentang Perubahan atas POJK No. 30/2014 ("**Peraturan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik**") dan Surat

Edaran OJK No. 15/SEOJK.05/2016 tentang Laporan Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Pembiayaan (“**SEOJK No. 15/2016**”).

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. membangun praktik-praktik bisnis pembiayaan yang sehat di lingkungan Perusahaan yang handal, terpercaya dan berdaya saing di industri; dan
  - e. meningkatkan kontribusi berkelanjutan Perusahaan dalam perekonomian nasional.
- **Prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (Good Corporate Governance atau “GCG”)**  
Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Perusahaan menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik 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 mengawasi secara teratur, mengendalikan keputusan internal, hasil keuangan dan bisnis, mematuhi kebijakan internal dan peraturan eksternal, dll., dan memberi tahu Pemegang Saham apabila terdapat ketidaksesuaian potensi kerugian.

Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit, Komite Pemantauan Risiko dan Komite Remunerasi dan Nominasi untuk mendukung Dewan Komisaris dalam mengawasi jalannya pengelolaan Perusahaan secara keseluruhan. Dewan Komisaris juga secara aktif dan rutin mengawasi penerapan manajemen risiko Perusahaan melalui rapat Dewan Komisaris, rapat Komite Audit, rapat Komite Pemantauan Risiko, dan rapat Komite Remunerasi dan Nominasi yang dilakukan secara triwulanan.

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 Pengaduan Konsumen, Komite Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional, Komite Aset dan Liabilitas, Komite *People Council*, Komite Pengarah TI, Komite Data, Komite Penanganan Keluhan Karyawan (*Grievance*), dan Komite Tender.

(2) Kebijakan dan Prosedur Perusahaan

Perusahaan 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 di antaranya bidang-bidang berikut: (1) Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, (2) Kebijakan Kepatuhan, (3) Piagam Audit Internal, (4) Kebijakan Kode Etik Aturan Perilaku dan Etika Bisnis, (5) Kebijakan Manajemen Risiko, (6) Kebijakan Remunerasi, (7) Kebijakan Penerapan Program Anti Pencucian Uang, Pencegahan Pendanaan Terorisme, dan Pendanaan Proliferasi Senjata Pemusnah Massal, (8) Prosedur Penanganan Pengaduan Konsumen, (9) Kebijakan Pelindungan Konsumen dan Masyarakat, (10) Peraturan Perusahaan terkait Sumber Daya Manusia, (11) Kebijakan Penyusunan, Implementasi, dan Evaluasi Rencana Bisnis, (12) Kebijakan *Underwriting* Kredit, (13) Kebijakan Penagihan, (14) Kebijakan Akuntansi, (15) Kebijakan Manajemen Kelangsungan Usaha, (16) Kebijakan Pusat Data, dan (17) Prosedur Rencana Pemulihan Bencana.

- **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 2023, Perusahaan menyelenggarakan lebih dari 155 pelatihan, baik pelatihan internal maupun eksternal, dengan total peserta yang hadir sebanyak 8.085 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*). Kami memberikan sesi daring *business lounge* untuk memastikan karyawan mendapatkan informasi terbaru dan memiliki pengetahuan dasar yang baik tentang proses bisnis di Home Credit. Selain itu, kami juga menyampaikan sesi daring *story coffee shop* untuk meningkatkan *soft critical competency* kepada karyawan sehingga mereka dapat memajukan karir mereka.
2. Program Karyawan Baru: program yang dirancang untuk karyawan baru di Home Credit untuk memastikan mereka dapat berhubungan dengan orang-orang dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang Budaya Perusahaan.
3. Program Pengembangan Manajemen: Program yang dirancang untuk mendukung rencana suksesi bakat di Perusahaan. Kami menyelenggarakan program pelatihan kepemimpinan luring untuk posisi Spesialist hingga Manajer melalui program *Leadership Excellence Acceleration Program* (LEAP) dan *Talent Acceleration Program* (TAP) yang terbuka untuk lulusan baru atau profesional awal dengan maksimal pengalaman 2 tahun. Kami membekali mereka dengan pengetahuan dasar bisnis di Home Credit dan program *softskills* yang diperlukan untuk meningkatkan kepemimpinan dan pengembangan diri mereka.
4. Program Pembelajaran Digital: program pembelajaran di mana pengetahuan bisa diakses melalui teknologi, seperti *e-Learning* melalui video *web-based* di platform DIKA dan platform pembelajaran eksternal yaitu UdeMy.
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 Apresiasi dan Pengakuan: Program yang dirancang untuk memberikan kesempatan kepada seluruh karyawan untuk mengapresiasi rekan kerja berdasarkan 8 kualitas kepemimpinan HCID melalui program DNA Stars. Selain itu, kami juga menyampaikan sesi hybrid FIRE (First Time Leaders Evolving) untuk memberikan apresiasi dan pengakuan kepada seluruh peserta yang telah menyelesaikan Program LEAP.
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: 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 MUFG Grup yang berkedudukan di Jepang. 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 Pengaduan Konsumen, Komite Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional, Komite Aset dan Liabilitas, Komite Dewan Rakyat (*People Council*), Komite Pengarah TI, Komite Data, Komite Penanganan Keluhan Karyawan. Selain itu, Dewan Komisaris juga secara aktif dan teratur melakukan pengawasan

terhadap penerapan manajemen risiko Perusahaan melalui rapat Dewan Komisaris triwulanan, rapat Komite Pemantau Risiko, rapat Komite Remunerasi dan Nominasi, dan rapat Komite Audit.

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.

Sesuai dengan tanggung jawab tersebut di atas, Dewan Komisaris perusahaan mengevaluasi kebijakan manajemen risiko sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun dan mengevaluasi pertanggungjawaban Direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko minimal 1 (satu) kali dalam 6 (enam) bulan. Selain itu, 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.

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.

Perusahaan memiliki pengawasan Manajemen Risiko yang baik untuk setiap risiko yang diakui oleh Perusahaan. Kami memiliki Komite Manajemen Risiko di setiap jenis risiko tertentu untuk membagi fokus Direksi dalam mengawasi setiap risiko yang diakui Perusahaan. Komite Risiko Kredit ("**CRC**") mencakup Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional ("**Go-ORC**") mencakup Risiko Operasional, Risiko Hukum dan Risiko Kepatuhan, Komite Pengaduan yang mencakup Risiko Reputasi, Komite Aset dan Liabilitas ("**ALCO**") mencakup Risiko Pasar dan Risiko Likuiditas, sedangkan Komite Eksekutif mencakup Risiko Strategis. Selanjutnya, kami telah membentuk Komite Pengarah TI untuk mengatur penerapan Manajemen Risiko TI di Perusahaan sesuai dengan Peraturan OJK No. 4/POJK.05/2021 ("**POJK No. 4/2021**").

Rapat CRC dilakukan secara berkala untuk menginformasikan posisi portofolio kepada Direksi dan indikator peringatan dini penurunan kinerja portofolio sehingga manajemen dapat memberikan arahan dan mengambil keputusan segera untuk penyelesaiannya. Dalam pertemuan tersebut, strategi *underwriting/scoring* juga dibahas dan disepakati. Di bidang Manajemen Aset dan Liabilitas dan eksposur risikonya (Risiko Pasar, Likuiditas dan Modal), Perseroan telah menetapkan wewenang dan tanggung jawab untuk setiap unit kerja yang terlibat dalam pengelolaan risiko. Melalui rapat ALCO, manajemen mendapatkan informasi mengenai posisi aset liabilitas, gap antara aset dan liabilitas, serta hasil *stress testing* dalam kondisi yang kurang baik untuk segera mengambil langkah-langkah untuk keberlanjutan Perusahaan.

Perusahaan menetapkan Go-ORC sebagai alat untuk memantau dan melaporkan eksposur Risiko Operasional, Risiko Kepatuhan dan Risiko Hukum di lingkungan Perusahaan. Agenda di dalam rapat Go-ORC tersebut antara lain adalah penjelasan mengenai kejadian dan kerugian Risiko Operasional yang mencerminkan semangat untuk menciptakan budaya pengungkapan Risiko Operasional secara objektif di seluruh elemen organisasi sehingga Risiko Operasional dapat segera diidentifikasi dan dimitigasi secara tepat. Selain itu, Go-ORC juga mencakup, namun tidak terbatas pada, pemantauan terhadap eksposur Risiko Kepatuhan seperti penerapan Anti Pencucian Uang (“APU”) dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (“PPT”), pemantauan terhadap regulasi baru yang berdampak terhadap bisnis dan operasional Perusahaan, dan kasus-kasus yang berdampak pada Risiko Hukum yang dihadapi Perusahaan.

Direksi adalah anggota Komite Eksekutif yang terlibat dalam penetapan tujuan strategis Perusahaan. Pemantauan terhadap rencana strategi, implementasi dan realisasinya dilakukan secara berkala yaitu melalui Tinjauan Bisnis Mingguan dan Rapat Komite Eksekutif di mana topik yang akan dibahas adalah kondisi internal (yaitu tantangan dan kekuatan Perusahaan) dan perkembangan faktor/kondisi eksternal yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi strategi Perusahaan.

Mengenai tata kelola data, kami membentuk komite pengawas yaitu Komite Data. Tanggung jawab utama Komite Data adalah untuk mengidentifikasi risiko, memantau dan memutuskan rencana tindakan sehubungan dengan pengelolaan data Perusahaan dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

Sementara itu, Dewan Komisaris secara aktif melakukan pengawasan terhadap penerapan manajemen risiko Perusahaan melalui rapat Dewan Komisaris dan Komite Audit yang dilakukan setiap triwulan.

## **2. Kecukupan Kebijakan, Prosedur dan Penetapan Limit Risiko**

Prinsip-prinsip manajemen risiko diimplementasikan melalui kebijakan, *risk appetite* dan limit, pedoman operasional serta metodologi dan perangkat untuk identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pelaporan risiko. Persyaratan peraturan baik lokal maupun dari Group perusahaan diperhitungkan selama penetapan kebijakan.

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. 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.

Untuk pengelolaan risiko tertentu, terdapat kebijakan yang menetapkan prinsip-prinsip dasar dan prosedur pengelolaan setiap risiko tertentu. Mulai tahun 2023 dan masih menjadi fokus di tahun 2024, Perusahaan fokus pada penyesuaian kebijakan dan prosedur Grup baru kami dengan kebijakan dan prosedur lokal Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis kesenjangan awal, tidak ada perubahan besar yang dicatat dan persyaratannya berkisar pada keterlibatan Grup dalam tata kelola manajemen risiko dan pelaporan.

Di bidang Manajemen Risiko Operasional misalnya, kebijakan telah diperbarui bertujuan untuk memperketat konsep Pertahanan Tiga Lapis dengan mendefinisikan peran dan tanggung jawab secara jelas, pengenalan sub-set proses risiko operasional seperti: risiko manajemen perubahan, risiko *outsourcing* atau risiko pelaksanaan, dan menekankan keterkaitannya dengan Risiko Operasional. Selain itu di bidang risiko pasar, Perusahaan mengadaptasi perangkat manajemen risiko dari grup yang baru dengan mengukur sensitivitas nilai buku ekuitas yang nantinya akan diperbarui ke dalam kebijakan Perusahaan. Sebagai bagian dari pengelolaan risiko kredit, untuk melakukan profiling calon konsumen secara komprehensif, Perusahaan masih terus menyempurnakan proses *scoring* internal dengan terus menggali alternatif data dan/atau informasi dari penyedia eksternal serta manfaatnya dalam proses *underwriting*. Sebagai bagian dari pengelolaan risiko kredit, untuk melakukan profiling calon konsumen secara komprehensif, Perseroan akan terus menyempurnakan proses *scoring* internal dengan menggali alternatif data dan/atau informasi dari penyedia eksternal dan manfaatnya bagi proses *underwriting*. Selain itu, pemantauan terhadap kualitas portofolio dilakukan secara berkala untuk memastikan kecukupan pencadangan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perusahaan menyempurnakan kebijakan dan prosedur APU PPT, meningkatkan penilaian risiko nasabah, pemantauan transaksi dan penyingkapan sanksi. Perusahaan juga menyempurnakan implementasi prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer* atau "KYC") dengan menambahkan prinsip mengenal nasabah secara digital (e-KYC) sebagai salah satu alat verifikasi nasabah dalam menerima nasabah baru. Dalam implementasi e-KYC, kami juga menjunjung tinggi kepatuhan terhadap Peraturan OJK Nomor 8 Tahun 2023 tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang, Pencegahan Pendanaan Terorisme, dan Pencegahan Pendanaan Proliferasi Senjata Pemusnah Massal di Sektor Jasa Keuangan ("**POJK 8/2023**"). Perusahaan menyempurnakan kebijakan dan prosedur APU dan PPT, meningkatkan penilaian risiko pelanggan, pemantauan transaksi, dan penyingkapan sanksi. Perseroan juga menyempurnakan implementasi KYC dengan menambahkan e-KYC dan tanda tangan digital tersertifikasi sebagai alat verifikasi KYC dalam menerima pelanggan baru secara online. Dalam penerapan e-KYC, kami juga menjunjung tinggi kepatuhan terhadap POJK 8/2023.



Kebijakan dan prosedur dikomunikasikan secara efektif kepada seluruh unit kerja, manajer, dan karyawan terkait untuk pemahaman yang jelas. Misalnya, Manajemen Risiko Operasional dan APU dan PPT menjadi bagian dari pelatihan induksi kepada karyawan baru.

Perusahaan secara konsisten memantau pelaksanaan kebijakan dan prosedur melalui kegiatan Pertahanan Tiga Lapis. Eksposur risiko dikendalikan sesuai dengan kebijakan dan prosedurnya serta peraturan perundang-undangan. Hal tersebut ditinjau dan dipantau secara berkala, termasuk dampaknya terhadap tujuan Perusahaan melalui komite-komite yang kami miliki.

### **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 untuk meninjau status risiko residual. Risiko residual dibandingkan dengan *risk appetite* dan batas-batas yang ditetapkan. Hasil pemantauan dilaporkan secara teratur kepada badan tata kelola.

Di bidang Risiko Operasional, Perusahaan meningkatkan kualitas pengumpulan kerugian data dan Penilaian Sendiri Risiko dan Kontrol.

Perusahaan telah 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.

Di bidang Risiko Kredit, proses *credit scoring* ditingkatkan dengan mempertimbangkan informasi eksternal selama proses *underwriting*. Perusahaan mengoptimalkan *credit scoring* alternatif yang berfokus pada bagaimana membuat profil konsumen secara akurat.

Selain itu, Perusahaan menetapkan strategi penagihan untuk mengatasi tunggakan nasabah dan mengurangi kerugian pembiayaan sehubungan dengan eksposur risiko pembiayaan. Kami menetapkan beberapa tahapan dalam proses penagihan berdasarkan Hari Lewat Jatuh Tempo (*Day past due / DPD*) untuk mendorong efisiensi biaya sekaligus menjaga dampak terhadap Perusahaan selama proses penagihan. Kami menganggap perlakuan yang adil dan bermartabat terhadap pelanggan sebagai nilai utama kami. Selain itu, kami memiliki Departemen Anti Penipuan di organisasi kami untuk menerapkan tindakan efektif terhadap aktivitas penipuan terkait

kerugian atas pembiayaan. Kami membangun sistem peringatan dini yang mencakup kenakalan, indikator transaksional, dan perilaku yang dipantau.

Di bidang Anti-Penipuan, kami masih berfokus pada meningkatkan pencegahan penipuan dan mitigasi cara-cara penipuan baru yang timbul dari digitalisasi proses akuisisi. Perusahaan juga terus meningkatkan keamanan Aplikasi My Home Credit dan perlindungan data pelanggan. Kami meningkatkan deteksi penipuan transaksional dan mengembangkan alat deteksi baru untuk produk baru, optimalisasi investigasi penipuan, dan meningkatkan investigasi produk transaksional yang dipicu oleh peringatan secara *real-time*.

Di bidang Risiko Pasar dan Likuiditas, kami masih mencermati kesenjangan pada aset dan liabilitas Perusahaan, namun kami memastikan rencana mitigasinya sudah ada. Risiko nilai tukar dimitigasi melalui kebijakan lindung nilai yang ketat; risiko suku bunga dimitigasi melalui pencocokan tenor antara liabilitas dan piutang, meskipun kami masih kesulitan menemukan liabilitas yang cocok untuk mengakomodasi kesenjangan suku bunga untuk tenor 2 (dua) tahun atau lebih, dari produk pembiayaan kami yang berjangka lebih panjang. Selain itu, kami juga melakukan *stress test* secara rutin dengan mengasumsikan skenario buruk di pasar dan mengukur dampaknya terhadap ekuitas. Seluruh skenario tersebut ditentukan berdasarkan peraturan yang berlaku. Kami membangun pengelolaan likuiditas harian dengan tujuan untuk menjaga kecukupan *buffer* likuiditas agar tahan terhadap kejadian tak terduga yang dapat menyebabkan arus keluar likuiditas secara tiba-tiba. Batasan yang sudah ditetapkan atas eksposur Risiko Nilai Tukar, Suku Bunga, dan Likuiditas akan ditetapkan dengan mempertimbangkan realisasi historis dan *risk appetite* serta toleransi risiko Perusahaan sesuai dengan tujuan strategis Perusahaan. Perusahaan harus memastikan eksposur risiko tidak mendekati batas atau dilanggar. Selain itu, untuk mendukung bisnis, Perusahaan memantau dengan cermat situasi pasar dan memastikan Perusahaan memiliki dukungan dan sumber pendanaan yang memadai. Untuk mendukung bisnis, Perusahaan terus memantau indikator makroekonomi untuk mengantisipasi situasi pasar dan secara proaktif memastikan Perusahaan memiliki dukungan dan sumber pendanaan yang memadai.

Perusahaan memiliki sistem informasi manajemen risiko yang memadai untuk mendukung siklus manajemen risiko mulai dari identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian. Perusahaan mengelola sistem penilaian internal, dan sistem manajemen insiden untuk mendeteksi dan mengendalikan eksposur risiko secara akurat dan memastikan tindakan mitigasi dilakukan.

Sementara itu, beberapa laporan manajemen disempurnakan untuk memantau eksposur risiko di bidang Risiko Likuiditas dan Risiko Pasar dengan lebih baik dengan meningkatkan pemantauan limit untuk memastikan Perusahaan beroperasi sesuai dengan *risk appetite*. Perusahaan juga terus meningkatkan kesadaran terhadap sistem risiko operasional di seluruh entitas untuk meningkatkan pemahaman karyawan terhadap sistem risiko operasional.

Di area APU dan PPT, Perusahaan meningkatkan penilaian transaksi mencurigakan dan penilaian Risiko Konsumen, termasuk pemantauan *Political Exposed Person* (PEP) dengan otomatisasi penyaringan dan pemantauan. Selain itu, kami telah berhasil memanfaatkan alat pelaporan yang disediakan oleh regulator, antara lain; SIGAP (Sistem Informasi Program Anti Pencucian Uang dan

Pencegahan Pendanaan Terorisme), GO-AML dan alat pelaporan dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (“PPATK”), Sistem Dugaan Pendanaan Terorisme – “SIPENDAR”.

Kami terus memperkuat kontrol internal kami, dengan menerapkan prinsip empat mata yang tepat dan pemisahan tugas dalam manajemen akses pengguna. Kami telah memiliki Kebijakan Keamanan TI dan Kebijakan Kode Etik dan Perilaku Bisnis yang diberlakukan kepada seluruh karyawan, termasuk Direksi dan Komite Eksekutif. Kebijakan tersebut secara khusus menyebutkan kewajiban untuk menjaga kerahasiaan informasi, untuk menjaga kerahasiaan kata sandi, memastikan bahwa kata sandi tidak diungkapkan kepada pihak lain termasuk orang yang berwenang, untuk menghindari pencatatan (misalnya di atas kertas, file perangkat lunak atau perangkat genggam) kata sandi, untuk segera mengubah kata sandi setelah kata sandi dibobol atau kapan pun ada indikasi kemungkinan kata sandi diketahui orang lain. Pengguna akun bertanggung jawab atas semua aktivitas yang dilakukan dengan akunnya. Akun pengguna tidak boleh dibagikan dan dilarang keras menggunakan akun orang lain.

#### **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) yang ditunjuk untuk mendukung implementasi manajemen Risiko Operasional. Kami menetapkan, Kepala Fungsi bersama dengan Indikator Kinerja Utama (KPI) Departemen untuk menanamkan strategi manajemen risiko dalam organisasi dan menumbuhkan kesadaran risiko. Selain itu, kami memperbarui KPI Koordinator Risiko untuk mendukung manajemen di bidang risiko dan kontrol. 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 Direksi kami.

Sebagai lini pertahanan kedua, Tim Risiko Operasional, dan Hukum dan Kepatuhan bertanggung jawab untuk meninjau dan memeriksa kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan secara berkala melalui serangkaian aktivitas seperti RCSA dan pengujian Kepatuhan.

Di bidang manajemen risiko kredit, Departemen *Underwriting* Perusahaan bertanggung jawab untuk menetapkan *scorecard* pada sistem sesuai dengan strategi dan kebijakan yang telah disetujui. Melalui pendekatan inilah manajemen mempertahankan tingkat risiko Konsumen yang diinginkan dalam portofolio. Setiap perubahan *underwriting* kredit harus dijelaskan dan didukung baik dengan analisis portofolio terkini atau keputusan strategis Komite Manajemen.

Kami meningkatkan pemantauan data melalui penerapan Tata Kelola Data. Termasuk mempertahankan ISO 27001 untuk Manajemen Sistem Keamanan Informasi yang menandakan bahwa manajemen keamanan informasi kami telah bekerja dengan cukup dan baik sesuai 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.

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 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.
- Aspek ketenagakerjaan telah dijelaskan pada Bagian 6 tentang Kinerja Keberlanjutan, dalam Laporan Keberlanjutan di atas.
- Perusahaan memiliki Departemen Layanan Konsumen untuk menangani dan menindaklanjuti permintaan, pertanyaan atau pengaduan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Permintaan, pertanyaan atau pengaduan dari konsumen dapat disampaikan melalui email ([care@homecredit.co.id](mailto:care@homecredit.co.id)), nomor telepon Customer Care (021-29539600) dan website dengan menggunakan form *contact us*. Khusus untuk pertanyaan, pelanggan dapat menghubungi media sosial resmi dan platform WhatsApp Perusahaan. Pengaduan akan diterima oleh Departemen Layanan Konsumen dan ditangani oleh tim khusus penanganan keluhan yang berada di bawah Fungsi Operasional. Tiket pengaduan kemudian dicatat melalui sistem internal Perusahaan.

Selama tahun 2023 (per tanggal 31 Desember 2023), Perusahaan menerima 25.338 pengaduan dimana 100% pengaduan tersebut telah diselesaikan 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. Seiring dengan inisiatif Perusahaan untuk mengurangi kertas yang telah dimulai beberapa tahun lalu,

Perusahaan terus berhasil menurunkan biaya kertas sebesar 8,88% pada tahun 2023. 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/layanan/kemitraan yang mendukung prinsip layanan keuangan berkelanjutan dan menjaga kualitas *non-performing finance*. Pengembangan portofolio jasa keuangan yang berkelanjutan diharapkan berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Jasa keuangan yang ramah lingkungan antara lain dalam bentuk penyediaan pembiayaan untuk pembelian barang ramah lingkungan misalnya. pembiayaan untuk sepeda, *water purifier*, dll. Selain itu, kami juga menjalin kemitraan untuk menawarkan produk pembayaran digital non-tunai seperti Home Credit Pay dan Home Credit BayarNanti, serta melakukan pemasaran rujukan untuk asuransi, perlindungan dan produk layanan bernilai tambah.

Perusahaan secara berkesinambungan melakukan (*Customer Satisfaction Survey*/"**CSAT**") untuk mengetahui kebutuhan dan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari nilai keberlanjutannya. Pada hasil survei terakhir pada bulan Februari – April 2024, menunjukkan bahwa 76,2% pelanggan pembiayaan kami puas dengan produk kami. Tujuan survei kepuasan pelanggan yang dilakukan Perseroan adalah untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas produk yang telah dibuat bagi pelanggan, mengumpulkan dan mengevaluasi umpan balik sebagai acuan untuk perbaikan produk ke depan, sebagai penilaian perusahaan terhadap kebermanfaatan produk-produk yang telah dibuat dan untuk membandingkan kompetensi kami relatif terhadap rekan-rekan kami.

\*\*\*\*\*