

## Laporan Keberlanjutan 2022 ("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 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 telah menggunakan produk kami mendekati instan/cepat, melalui Aplikasi Seluler My Home Credit ("**My Home Credit App**" atau "**Mobile Application**") selama akuisisi (*onboarding*) konsumen di semua saluran.
- Pengurangan biaya akuisisi dengan memanfaatkan sumber daya mitra kami untuk membantu penyelesaian transaksi.
- Pengembangan 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.
- Peningkatan kualitas penilaian (*underwriting*) melalui pemanfaatan *big data* dari pihak ketiga untuk mengembangkan proses *underwriting* kami. Hal ini membutuhkan penyesuaian dan pemantauan sehari – hari untuk mengakomodasi 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 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 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-9 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 nilai pembiayaan mengalami penurunan pada tahun 2021 akibat pandemi COVID-19, namun pada tahun 2022 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, dengan efek yang masih dapat dirasakan hingga akhir tahun 2022. 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)	2022	2021	2020
<b>Pembiayaan Multiguna – Hanya Produk Berkelanjutan</b>			
Nilai Pembiayaan	376.505	117.514	277.017
Jumlah Kontrak Baru	54.251	19.101	59.349
<b>Laporan Keuangan Perusahaan</b>			
Pendapatan Kotor	2.593.258	2.504.341	3.258.571
Laba Tahun Berjalan	26.038	152.809	(391.276)
Total Laba Komprehensif Tahun Berjalan	21.510	174.839	(387.256)
Nilai pembiayaan Produk dan/atau Jasa yang Memenuhi Kriteria Kegiatan Usaha Berkelanjutan (Pembiayaan Barang Ramah Lingkungan)	376.505	117.514	277.017

**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.

Selama situasi pandemi COVID-19, Perusahaan juga telah menyarankan sebagian besar karyawan untuk bekerja dari rumah 2 kali/minggu 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 2020 hingga 2022 seperti di bawah ini.

Biaya penggunaan listrik dan kertas

Deskripsi	Nominal (dalam jutaan Rupiah)		
	2022	2021	2020
Penggunaan Listrik	4.393	4.554	6.906
Penggunaan Kertas	21	31	39

**c. Aspek Sosial**

Selain menerapkan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan juga menyelenggarakan pemberdayaan masyarakat termasuk bagi penyandang disabilitas, dengan tetap secara aktif berpartisipasi dalam penanganan dampak pandemi 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 konten video dan media sosial tentang pengelolaan keuangan yang disebarluaskan melalui media sosial.

Pada 2022, 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 program vaksinasi kepada 1.115 penerima vaksin.

Perusahaan terus menyediakan kesempatan kepada perempuan atau penyandang disabilitas untuk memperoleh program beasiswa untuk mempelajari *coding* untuk *Front-End Web developer* 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".

Keberagaman dalam Home Credit mengikutsertakan penyandang disabilitas sebagai bagian dari masyarakat. Oleh karena itu, kami bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kami dengan menggunakan bahasa isyarat. Melalui program TJSI kami, kami mengadakan program Kelas Bahasa Isyarat untuk karyawan dan masyarakat. Para penerima pelatihan diharapkan untuk mengembangkan apresiasi yang kuat terhadap budaya tuli, dan di antaranya dengan cara mempromosikan pemahaman dan penerimaan bahasa mereka.

Bersepeda adalah kegiatan yang dapat menjadi komponen kunci dalam perjuangan berkelanjutan melawan perubahan iklim di mana negara-negara berupaya mengurangi emisi karbon dengan mengurangi ketertarikan orang terhadap kendaraan bertenaga bahan bakar. Untuk mengintegrasikan bersepeda dan daur ulang dan sebagai bagian dari dedikasi kami untuk terus menerapkan prinsip-prinsip *Environmental Social Governance* (Tata Kelola Sosial dan Lingkungan atau "ESG") dan menciptakan perbedaan nyata di komunitas kami, kami telah berhasil mengimplementasikan proyek keberlanjutan kami, program *Cycling for Recycling* (Bersepeda untuk Daur Ulang), pada bulan Oktober dan November 2022, di dua kota besar yaitu Bandung dan Makassar. Melalui program ini, dengan melibatkan 20 mitra gudang (pengumpul), total 177 pekerja, dan 576 orang yang terkena dampak, kami telah berhasil mengumpulkan 20 ton sampah bersama komunitas bersepeda lokal.

### 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 tepercaya 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)

Media Sosial:



[@homecreditid](https://www.instagram.com/homecreditid)



[Home Credit Indonesia](https://www.linkedin.com/company/home-credit-indonesia)



[HomeCredit Indonesia](https://www.youtube.com/channel/UC...)

**c. Skala Usaha Perusahaan**

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

Deskripsi	2022	2021
Total aset atau kapitalisasi aset	5.128.687	3.386.160
Total kewajiban	4.034.993	2.312.976

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

#### Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi	2022	2021
Pria	4.956	3.809
Wanita	4.408	2.963
Total	9.364	6.772

#### Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan

Deskripsi	2022	2021
Direksi dan Kepala Fungsi	12	12
Manajer	257	236
Staf dan pelaksana	9.095	6.524
Total	9.364	6.772

#### Jumlah Karyawan Berdasarkan Usia

Deskripsi	2022	2021
<30 tahun	6.838	4.436
30-50 tahun	2.513	2.321
>50 tahun	13	15
Total	9.364	6.772

#### Jumlah Karyawan Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi	2022	2021
S3	1	2
S2	74	48
S1	2.112	2.053
Diploma 3	726	503
Sekolah Dasar – Sekolah Menengah Umum (SD-SMU)	6.451	4.166
Total	9.364	6.772

#### Jumlah Karyawan Berdasarkan Status Ketenagakerjaan

Deskripsi	2022	2021
Permanen	1.003	2.874
Kontrak, Pekerja Harian Lepas dan Tenaga Alih Daya	8.361	3.898
Total	9.364	6.772

- **Persentase kepemilikan saham**

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

- **Wilayah Operasional**

Per Desember 2022, kami memiliki 22.157 *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. Selama pandemi COVID-19, kami fokus pada akuisisi melalui POS dengan biaya yang hemat melalui *Alternative Distribution* (ALDI) dan menggabungkan beberapa area seperti Cibinong, Cilegon - Serang, Cirebon, Kupang, Madiun, Purwokerto, Samarinda dan Singaraja. Namun, mulai pertengahan tahun 2022 karena kasus COVID-19 mulai membaik, kami mulai memperluas area penjualan di Cilegon – Serang, Kediri, Purwokerto dan Samarinda untuk mendorong penjualan.

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 2022, 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, Pembiayaan Modal Kerja dengan cara Fasilitas Modal Usaha, Kartu Kredit dan Kegiatan Berbasis Imbal Jasa dalam berbagai bentuk. Pada tahun 2022, Perusahaan meluncurkan 1 (satu) aktivitas berbasis imbal jasa yang mempromosikan keberlanjutan yang lebih baik: program pemasaran rujukan (*referral marketing*) untuk perbaikan *smartphone* baru yang berdiri sendiri dan produk garansi yang diperpanjang: EasyCOVER. Perusahaan juga menggandeng PT Asuransi MSIG Indonesia sebagai mitra bisnis/penyedia asuransi baru dan yang kedua, untuk program SANTAI yang sudah ada, yaitu asuransi *Home Content Protection* sebagai bagian dari aktivitas mitigasi risiko untuk kontrak pembiayaan kami.

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 (*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. 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. Namun, dengan memulihnya pasar dari pandemi COVID-19, kami mulai memperluas area penjualan di 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 2022 kami telah mencapai 22.157 POS. Mengingat kondisi saat ini, kami akan terus mengevaluasi efektivitas dari setiap POS..

Jumlah <i>Point of Sales</i>	Des-21 (Anggaran)	Des-21 (Realisasi)	Dec-22 (Anggaran)	Dec-22 (Realisasi)
Total <i>Point of Sales</i> (ekspektasi)	20.090	21.006	38.350	22.157

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*). Sejak Juli 2021, kami telah memperoleh ISO 27001 untuk sertifikasi Sistem Manajemen Keamanan Informasi untuk aplikasi My Home Credit.

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 atau Perusahaan Asuransi serta memberikan layanan yang dapat mengelola produk konsumen seperti Pembiayaan Multiguna, Kartu Kredit, e-Wallet, e-Money dan/atau BNPL (*Buy Now Pay Later*, dalam rangka Pembiayaan Multiguna dengan cara Pembelian dengan Angsuran) 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. Mitra *E-Commerce* Perusahaan saat ini adalah: Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli.com. Pada tahun 2021 – 2022, Perusahaan lebih berfokus untuk lebih 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 *Mobile Application* serta *website* untuk mendukung perjalanan konsumen (*customer journey*) yang mudah, yang dapat memberikan pengalaman dan kepuasan konsumen yang baik.

### **(4) Pembiayaan Multiguna melalui Produk BayarNanti (Paylater)**

Pada akhir tahun 2020, kami meluncurkan Home Credit BayarNanti yang merupakan produk *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 Home Credit Bayar Nanti untuk Pembayaran Utilitas di dalam lingkungan digital aplikasi seluler sebagai

perluasan produk lebih lanjut guna memberikan kemampuan untuk memanfaatkan limit di berbagai arah dan tujuan yang berbeda.

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

Pada bulan Maret 2022, Perusahaan memulai kegiatan pemasaran rujukan (*referral marketing*) percontohan / *piloting* untuk produk perbaikan *smartphone* baru yang berdiri sendiri dan produk garansi yang diperpanjang dalam program EasyCOVER. Program ini mencakup kerusakan yang tidak disengaja, kerusakan akibat cairan, dan perpanjangan garansi di luar masa garansi standar OEM. Program ini akan memberikan keberlanjutan yang lebih baik dengan memperpanjang siklus hidup *smartphone* ke tingkat optimal dan dapat mengurangi limbah elektronik di lingkungan. Program ini diluncurkan dari tahap percontohnya pada Juni 2022. Perjalanan pembelian dan klaim program EasyCOVER, yang dikelola oleh mitra kami, PT Bolttech Device Protection Indonesia, seluruhnya bersifat digital dan nirkertas.

#### **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 2022, 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, kertas dan/atau air), 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.
- 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 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 keluarganya di Indonesia, dengan rencana yang baik (*value-for-money*) untuk kehidupan 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. 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 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 2022 dan seterusnya.

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 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 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 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-9 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 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 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 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 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.

Pada bulan Maret tahun 2022, Perusahaan memulai kegiatan pemasaran rujukan produk perbaikan *smartphone* baru yang berdiri sendiri dan produk garansi yang diperpanjang yaitu EasyCOVER. Program ini mencakup kerusakan yang tidak disengaja, kerusakan akibat cairan, dan perpanjangan garansi di luar masa garansi standar OEM. Program ini akan memberikan keberlanjutan yang lebih baik dengan memperpanjang siklus hidup *smartphone* ke tingkat optimal dan dapat mengurangi limbah elektronik di lingkungan. Program ini diluncurkan dari tahap percontohnya pada Juni 2022. Pembelian dan klaim program EasyCOVER yang dikelola oleh mitra kami, PT Bolttech Device Protection Indonesia, seluruhnya bersifat digital dan nirkertas. Sampai tanggal 31 Desember 2022, kami telah memproduksi lebih dari seribu *leads* yang berhasil dari program ini.

Terkait produk keberlanjutan dan ramah lingkungan, kami mampu berkontribusi pada pembiayaan produk ramah lingkungan sebesar 2% dari total pendapatan kami di tahun 2022, terutama dari kontribusi sepeda dan *water purifier*. Volume pendapatan kami pada tahun 2022 (sebesar Rp. 156,9 Miliar) pada pembiayaan produk yang ramah lingkungan, telah mencapai 2 (dua) kali lipat dari kinerja pada tahun sebelumnya.

Berikut adalah informasi sehubungan dengan Kinerja Keuangan Perusahaan:

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah		
	2022 (Telah Diaudit)	2021 (Telah Diaudit)	2020 (Telah Diaudit)
Pendapatan bunga bersih/ <i>Net interest income</i>	1.576.520	1.495.077	2.044.687
Pendapatan biaya dan komisi bersih/ <i>Net fee and commission income</i>	635.638	578.547	430.898
Pendapatan operasional/ <i>Operating income</i>	2.212.158	2.073.624	2.475.585
Beban Operasional/ <i>Operating expenses</i>	-2.162.473	-1.849.982	-2.967.013
Laba/(Rugi) sebelum pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	49.685	223.642	-491.429
Beban Pajak Penghasilan / <i>Income Tax Expense</i>	-23.647	-70.833	100.152
Laba/(Rugi) setelah pajak / <i>Profit/(Loss) for the period</i>	26.038	152.809	(391.276)
Pendapatan komprehensif lainnya/ <i>Other comprehensive Income</i>	(4.528)	22.030	4.020
Laba/(Rugi) setelah pendapatan komprehensif lainnya / <i>Profit/(Loss) after other comprehensive income</i>	21.510	174.839	(387.256)

Perekonomian nasional terus menguat dengan Produk Domestik Bruto (PDB) yang bertumbuh 5,31% (year on year), serta merebaknya varian Omicron yang sempat dikhawatirkan menjadi penghambat kinerja pemulihan ekonomi nasional yang kemudian dapat dikendalikan dengan efektivitas kebijakan pengendalian pandemi COVID-19 termasuk keberhasilan percepatan vaksinasi, yang berperan besar dalam meminimalisir dampak penyebaran ini terhadap perekonomian. Aktivitas ekonomi yang mulai normal setelah pandemi mereda, mempercepat laju perekonomian. Dikarenakan pandemi berlangsung lebih lama dari yang diperkirakan, pemulihan ekonomi masih berjalan lambat sehingga berdampak besar pada realisasi kinerja Perusahaan. Ditambah dengan meningkatnya harga tagihan dan konsumsi, serta biaya risiko yang memburuk akhir-akhir ini. Namun dengan *Operational Expense* (OPEX) yang terkendali dan *cash management* yang baik, kami berhasil meraih keuntungan 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 TJSL Perusahaan selama tahun 2022, sebagai berikut:

- a. Program Literasi Keuangan

Program Literasi Keuangan di tahun 2022 yang telah dilakukan oleh HCID sebanyak 3 kelas luring dan 1 Webinar bekerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (*Non-*

*Governmental Organization / NGO*) dan portal pendidikan. 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:

Kelas Literasi Keuangan			
Luring dan Daring			
No	Penerima	Jumlah Peserta	Tanggal
1	Karyawan Home Credit Indonesia bekerjasama dengan Finansialku	62	21/04/2022
2	UMKM berkolaborasi dengan GOROBA di Gorontalo	49	25/08/2022
3	UMKM dan penyandang disabilitas berkolaborasi dengan OJK dan Perempuan Hari Ini di Medan	51	31/10/2022
4	UMKM berkolaborasi dengan OJK dan Perempuan Hari ini di Lubuk Pakam	50	02/11/2022

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) Menyelenggarakan program vaksinasi untuk 1.000 penerima di Kabupaten Bandung
- 2) Memberikan kesempatan untuk 1.115 perempuan atau penyandang disabilitas untuk mendapatkan program beasiswa belajar *coding* untuk *Front-End Web Developer*, yang banyak diminati di semua industri. Kegiatan ini bekerjasama dengan Dicoding Indonesia dengan tujuan “Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan individu dan kelompok dalam masyarakat, khususnya penyandang disabilitas melalui pengurangan disparitas kekayaan, ketimpangan ras dan mempromosikan kesetaraan pekerjaan”.
- 3) Berbagi makanan kepada 2.000 orang dengan *Food Bus* oleh karyawan Home Credit Indonesia sebagai relawan selama bulan Ramadhan bekerjasama dengan Aksi Cepat Tanggap.
- 4) Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kami dalam menggunakan bahasa isyarat, kami mengadakan program Kelas Bahasa Isyarat untuk karyawan dan masyarakat umum. Para penerima pelatihan diharapkan untuk mengembangkan apresiasi yang kuat terhadap budaya tuli, dan kami juga mempromosikan pemahaman dan penerimaan bahasa lain.
- 5) Untuk mengintegrasikan bersepeda dan daur ulang, serta sebagai bagian dari dedikasi kami untuk terus menerapkan prinsip-prinsip ESG dan menciptakan perbedaan nyata di komunitas kami, kami telah berhasil mengimplementasikan proyek keberlanjutan kami, Bersepeda untuk Daur Ulang, di dua kota besar, Bandung dan Makassar. Dengan melibatkan 20 mitra Gudang, total 177 pekerja, dan 576 orang yang terkena dampak. Melalui program ini, kami telah berhasil mengumpulkan 20 ton sampah bersama komunitas bersepeda lokal.

- **Kinerja Lingkungan:**

Komitmen Perusahaan terhadap lingkungan diwujudkan melalui penghematan energi (seperti penghematan pemakaian listrik) 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 2022 dan 2021

Deskripsi	Nominal dalam jutaan Rupiah	
	2022	2021
Biaya penggunaan listrik	4.393	4.554
Biaya penggunaan kertas	21	31

**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 Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (Good Corporate Governance atau “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 Risiko Kredit, Komite Manajemen Risiko Operasional dan Tata Kelola, Komite Aset dan Liabilitas, Komite Dewan Rakyat (*People Council*), Komite Kedisiplinan, Komite Pengarah TI, Komite Data, Komite Penanganan Keluhan Karyawan, Komite Rencana Kelanjutan Bisnis, dan Komite Lelang. 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.

## (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 di antaranya 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) Kebijakan Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme, Serta Pendanaan Proliferasi Senjata Pemusnah Massal, (8) Kebijakan Manajemen Dokumen, (9) Prosedur Penanganan Pengaduan Konsumen, (10) Kebijakan Perlindungan Konsumen dan Masyarakat, 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 2022, Perusahaan menyelenggarakan lebih dari 80 pelatihan, baik pelatihan internal maupun eksternal, dengan total peserta yang hadir sebanyak 2826. 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 pengertian yg dalam tentang Budaya Perusahaan.
  3. Program Pengembangan Manajemen: Program yang dirancang untuk mendukung rencana suksesi bakat di Perusahaan. Kami melakukan program pelatihan kepemimpinan luring khusus untuk Spesialist hingga Manager melalui program LEAP 1 dan *Talent Acceleration Program* (TAP) yang terbuka untuk lulusan baru atau profesional awal dengan maksimal pengalaman 2 tahun. Kami membekali mereka dengan pengetahuan bisnis dasar di Home Credit dan membutuhkan program *softskills* untuk meningkatkan kepemimpinan dan pengembangan diri mereka.
  4. Program Pembelajaran Digital: program pembelajaran di mana pengetahuan bisa diakses melalui teknologi, seperti *Podcast* dan *e-Learning* melalui video di platform DIKA dan platform pembelajaran ekstrenal 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 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 Keluhan Pelanggan, Komite Manajemen Risiko Kredit, Komite Tata Kelola dan Risiko Operasional, Komite Aset dan Liabilitas, Komite Dewan Rakyat (*People Council*), Komite Pemantau IT, Komite Data, Komite Penanganan Keluhan Karyawan, Komite Rencana Kelanjutan Bisnis, dan Komite Kedisiplinan. Selain itu, Dewan Komisaris ("**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 focus 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, Risiko Kepatuhan, dan Risiko Reputasi, Komite Aset dan Liabilitas ("**ALCO**") mencakup Risiko Pasar dan Risiko Likuiditas, sedangkan Komite Eksekutif mencakup Risiko Strategis. Selanjutnya, pada tahun 2022 kami telah membentuk Komite Pemantau IT 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 di lingkungan Perusahaan. Agenda 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, pengujian Risiko TI dan Keamanan TI, pembaruan peraturan, kasus yang berdampak langsung/tidak langsung terhadap reputasi Perusahaan, dan penerapan APU PPT.

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. Mulai tahun 2022, 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.

Terhitung sejak Oktober 2022, Perusahaan telah memperbarui kebijakan yang ada, untuk memperkuat dan memastikan standar manajemen risiko yang koheren. Khusus terkait dengan POJK No.4/2021, dan Surat Edaran No.7/POJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank, pada tahun 2022 kami telah melakukan pembenahan Kebijakan *Stress Testing* yang mencakup seluruh pengujian dalam area risiko (Operasional, Pasar, Likuiditas dan Risiko Kredit).

Selain itu, Perusahaan juga telah menerapkan beberapa kebijakan manajemen risiko untuk mengelola beberapa risiko tertentu. Kebijakan yang ada ini juga ditinjau dan diperbarui untuk memastikan relevansinya dengan kebutuhan bisnis. 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. Di tahun 2022, kami mempersiapkan proses manajemen risiko vendor untuk mengelola risiko pihak ketiga yang timbul dari kerja sama kami dengan vendor-vendor kritikal.

Perusahaan menyempurnakan kebijakan dan prosedur KYC AML, meningkatkan penilaian risiko nasabah, pemantauan transaksi dan penyaringan sanksi. Perusahaan juga menyempurnakan implementasi KYC dengan menambahkan digital KYC sebagai salah satu alat KYC dalam menerima nasabah baru. Dalam implementasi e-KYC, kami juga menjunjung tinggi kepatuhan terhadap Peraturan OJK No. 12/POJK.01/2017 dan kemudian diubah menjadi Peraturan OJK No. 23/POJK.01/2019 tentang Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme di Sektor Jasa Keuangan. Kami telah melakukan verifikasi demografis (pengecekan parameter KTP ke database Dukcapil) sebagai bagian dari Implementasi e-KYC kami dan mulai tahun 2021 kami juga mengembangkan alat verifikasi biometrik dalam rangka implementasi KYC digital. Saat ini kami menunggu persetujuan untuk mengakses database Dukcapil untuk verifikasi pengenalan wajah.

Sebagai bagian dari pengelolaan risiko kredit, dalam rangka memprofilkan nasabah potensial secara komprehensif, Perseroan terus meningkatkan proses internal scoring dengan terus menggali data dan/atau informasi alternatif dari penyedia eksternal dan manfaatnya untuk proses *underwriting*.

Kebijakan dan prosedur dikomunikasikan secara efektif kepada seluruh unit kerja, manajer, dan karyawan terkait untuk pemahaman yang jelas. Misalnya, Manajemen Risiko Operasional dan PMN, APU dan PPT menjadi bagian dari pelatihan induksi kepada karyawan baru. Kami juga memiliki Kebijakan Manajemen Risiko Outsourcing yang tertanam dalam Kebijakan *Sourcing* dan Pengadaan, serta Kebijakan *Legal Advisory* untuk memastikan keselarasan antara Departemen terkait dan memastikan implementasinya.

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 dan 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. Untuk lebih mengidentifikasi potensi risiko operasional yang berasal dari risiko pihak ketiga. Saat ini, Perusahaan telah menerapkan Kebijakan Manajemen Risiko Outsourcing yang mengatur kerja sama kegiatan yang termasuk dalam kriteria Outsourcing sesuai dengan Kebijakan Grup. Selain itu, kami juga bermaksud untuk mengatur kerja sama yang berada di luar kriteria Outsourcing yang dapat membawa eksposur risiko baru bagi Perusahaan. Khususnya terhadap Penyedia Layanan TI yang mendukung tujuan digitalisasi Perusahaan, yang juga disyaratkan oleh regulator sebagaimana diatur dalam POJK No. 4/2021.

Pada tahun 2022, 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.

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. 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**".

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. Selanjutnya, kami menetapkan strategi penagihan untuk mengatasi tunggakan nasabah dan mengurangi kerugian pembiayaan sehubungan dengan eksposur risiko pembiayaan. Kami menetapkan beberapa tahapan dalam proses penagihan berdasarkan jumlah hari keterlambatan, untuk mendorong efisiensi biaya sekaligus mempertahankan pengaruh merek Perusahaan selama proses penagihan. Kami menganggap perlakuan yang adil dan bermartabat terhadap pelanggan sebagai nilai utama merek kami. Selain itu, kami memiliki Unit Anti Fraud di organisasi kami untuk menerapkan tindakan efektif terhadap aktivitas penipuan yang terkait dengan kerugian pembiayaan. Kami membangun sistem peringatan dini yang melibatkan tunggakan, indikator transaksional dan perilaku yang dipantau.

Di area Risiko Pasar dan Likuiditas, kami masih melihat adanya kesenjangan pada aset dan liabilitas Perusahaan, namun kami memastikan rencana mitigasi 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 perbedaan suku bunga dalam tenor 2 (dua) tahun ke atas dari produk



pembiayaan kami dengan jangka waktu yang lebih panjang. Selain itu, kami juga melakukan stress testing secara berkala dengan mengasumsikan skenario yang merugikan di pasar dan mengukur dampaknya terhadap ekuitas. Semua skenario ditentukan berdasarkan peraturan yang berlaku. Kami menetapkan manajemen likuiditas harian dengan tujuan menjaga kecukupan buffer likuiditas agar tahan terhadap kejadian tak terduga yang dapat menyebabkan arus keluar likuiditas secara tiba-tiba. Batasan eksposur Risiko Valuta Asing, Suku Bunga, dan Likuiditas yang telah ditentukan sebelumnya ditetapkan dengan mempertimbangkan realisasi historis dan selera risiko serta toleransi risiko Perusahaan sehubungan dengan tujuan strategis Perusahaan. Perusahaan kita harus memastikan paparan kita tidak mendekati batas atau dilanggar. Selain itu, untuk mendukung bisnis, Perseroan terus memantau situasi pasar dan memastikan kami memiliki dukungan dan sumber pendanaan yang memadai.

Selain itu, untuk mendukung bisnis, Perusahaan memantau dengan cermat situasi indikasi ekonomi makro pasar dan secara proaktif 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 *risk appetite*. Perseroan terus meningkatkan kesadaran atas sistem risiko operasional di seluruh entitas untuk meningkatkan pemahaman karyawan atas sistem risiko operasional.

Perusahaan melakukan penyempurnaan proses *underwriting*, termasuk penyempurnaan penggunaan SLIK, karena area ini memiliki eksposur risiko terbesar, di mana kami membutuhkan pemeriksaan SLIK paling banyak untuk memeriksa kelayakan calon pelanggan. Kami meningkatkan sistem pemantauan keluhan pelanggan untuk pengelolaan keluhan pelanggan yang lebih baik. Di bidang fraud management, kami meningkatkan mekanisme peringatan dini antifraud. Di bidang risiko kredit, kami menyempurnakan model *scorecard* risiko kredit dan mempertahankan kelayakan pelanggan yang lebih baik.

Kami memperkuat kontrol internal kami, terutama untuk menerapkan prinsip empat mata yang tepat dan pemisahan tugas dalam manajemen akses pengguna. Kami telah memiliki Kebijakan Keamanan TI dan 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.

#### **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. 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 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.

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.

Selain itu, kami telah menghadapi pandemi COVID-19 sejak akhir kuartal pertama tahun 2020 yang masih terjadi dalam beberapa gelombang besar sampai akhir 2022. Krisis tersebut telah memberikan masa-masa yang menantang dan sulit bagi semua orang, termasuk konsumen kami. Meskipun telah terjadi pemulihan dibandingkan tahun 2020 dan 2021, 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 yang masih dalam tahapan pemulihan.

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](mailto:care@homecredit.co.id)), *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 2022 (per tanggal 31 Desember 2022), Perusahaan menerima 48.653 pengaduan dimana 100% pengaduan tersebut telah diselesaikan dan/atau 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 32% 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/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*/"*CSS*") untuk mengetahui kebutuhan dan kepuasan pelanggan sebagai bagian dari nilai keberlanjutannya. Pada hasil survei terakhir pada Oktober – Desember 2022, menunjukkan bahwa 75% pelanggan kami puas dengan produk kami, diikuti oleh 79% responden yang mempertimbangkan Home Credit Indonesia

sebagai pemberi pinjaman mereka. 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.

\*\*\*\*\*