

BPR Kreatif Indonesia: Sebuah Bank Komunitas Berbasis Kreator

Yusuf Darmawan

yusufdmw@gmail.com

<https://creative-banking.preview.emergentagent.com/#>

Abstrak. Sebuah versi Bank Perekonomian Rakyat (BPR) yang secara khusus dibangun untuk mendukung ekonomi kreatif (konten kreator, UMKM dengan potensi ekspor dan industri kreatif lainnya). Pendanaan dan pembiayaan menjadi salah satu bagian dari solusi tersebut, namun manfaat utamanya akan hilang jika masih menghadapi tingginya *cost of fund* dan rendahnya akses pembiayaan. Kami mengajukan solusi terhadap permasalahan ini dengan menggunakan jaringan *community-to-creativity*. Melalui model kemitraan seumur hidup (*lifetime partnership*) dengan bank, konten kreator memakai sistem *referral* untuk menarik sebanyak mungkin *fans*, *followers*, dan/atau komunitas kreatif masuk dalam ekosistem BPR Kreatif Indonesia (tabungan, deposito dan/atau kredit) dengan imbalan berupa insentif (*pension fund*). Sistem *referral* digital diintegrasikan ke dalam *core banking* agar kode *referral* tercatat otomatis, penghitungan bunga & insentif bisa dilakukan secara *real time*. *Outcome* yang dihasilkan yaitu nasabah memperoleh kemudahan mengakses produk tabungan atau deposito dengan imbal hasil optimal dan aman, pelaku ekonomi kreatif memperoleh kemudahan mengakses produk kredit dengan biaya bunga terjangkau, konten kreator memperoleh pendapatan pasif yang berkelanjutan dan bank memperoleh basis nasabah loyal dengan biaya akuisisi yang efisien dan terukur.

1. Pendahuluan

Indonesia memiliki jutaan kreator mulai dari musisi, desainer, *filmmaker*, *illustrator*, hingga UMKM berbasis kreatif yang setiap hari menggerakkan ide, karya, dan inovasi. Mereka bukan hanya menciptakan hiburan, tetapi juga menghidupkan ekonomi. Faktanya, ekonomi kreatif telah menyumbang lebih dari Rp1.300 triliun terhadap PDB nasional dan membuka 22 juta lapangan kerja (Antara, 2023). Angka itu setara dengan kontribusi sektor energi atau pertanian menjadikannya salah satu tulang punggung baru ekonomi bangsa.

Namun, di balik potensi yang besar, masih ada tantangan struktural yang menahan mereka untuk tumbuh lebih cepat. Data menunjukkan 69,5% UMKM belum bisa mengakses kredit perbankan. Alasan klasik terus terulang: tidak punya agunan, status SLIK tidak memadai, hingga bunga kredit yang tidak ramah bagi usaha mikro kecil. Ironisnya, 43,1% UMKM masih menyatakan butuh pembiayaan untuk ekspansi dan peningkatan produktivitas (SeputarBank, 2025).

Di sinilah BPR Kreatif Indonesia mengambil peran. Kami melihat ada peluang baru menghubungkan kekuatan komunitas dengan sistem keuangan. Dunia digital telah menciptakan ekosistem kreator dengan jutaan pengikut yang loyal. Jika kepercayaan ini bisa diterjemahkan ke dalam hubungan finansial, maka lahirlah model baru: bank komunitas berbasis kreator. Dengan model ini, kita bukan hanya membangun bank. Kita sedang membangun masa depan keuangan berbasis komunitas dan kreativitas.

2. Masalah Utama

Di balik maraknya dunia kreatif Indonesia, ada realitas yang sering terlewatkan:

a. Nasabah Tabungan & Deposito

Banyak penggemar atau pengikut kreator akhirnya membuka tabungan atau deposito di BPR. Namun, di benak sebagian dari mereka, produk BPR masih dianggap kurang kompetitif dan kurang aman bila dibandingkan dengan bank umum, bank digital, atau bahkan *fintech*. Di sisi lain, masih banyak yang belum familiar dengan literasi keuangan dasar seperti bagaimana cara mengelola dana, memahami risiko, atau mengenali manfaat produk formal seperti deposito. Akibatnya, potensi dana masyarakat belum sepenuhnya masuk ke sistem keuangan yang sehat.

b. Nasabah Kredit

Jika kita beralih ke pelaku usaha, terutama di sektor kreatif, cerita yang muncul tidak kalah pelik. Walaupun ekonomi kreatif menyumbang 6% - 7% terhadap PDB nasional, banyak pelaku industri ini kesulitan mendapatkan pembiayaan. Mereka butuh modal cepat, mudah, dan ramah, tetapi yang tersedia justru proses panjang, agunan yang berat, dan bunga yang tinggi. Lebih parah lagi, ekosistem finansial kreatif masih terfragmentasi: tidak ada sistem yang benar-benar menghubungkan kreator, *fans*, pelaku ekonomi kreatif, dan bank dalam satu alur yang utuh.

c. Konten Kreator

Di sisi kreator, tantangan berbeda muncul. Mereka bisa populer, punya jutaan pengikut, bahkan viral dalam semalam. Tetapi dalam jangka panjang, keberlanjutan karier finansial mereka rapuh. Tabungan terbatas, investasi minim, dan tidak ada model kemitraan finansial yang bisa menopang masa depan. Hubungan dengan *fans* pun sekadar “*views*”, “*likes*”, dan “*comments*”. Jarang sekali interaksi itu terwujud dalam dukungan finansial yang berkelanjutan.

d. Bank Perekonomian Rakyat

Dan tentu saja, BPR sebagai institusi pun punya keterbatasan. Berbeda dengan bank umum, BPR tidak bisa menghimpun dana giro, hanya tabungan dan deposito. Akibatnya, biaya dana (*cost of fund*) lebih tinggi, sementara modal terbatas. Skala usaha pun cenderung lokal, tidak sebesar bank umum yang beroperasi nasional. Padahal, ekosistem kreatif yang menjadi target pasar bergerak di ranah digital dan global, jauh lebih luas dari jangkauan BPR konvensional.

Intinya, semua pihak menghadapi masalah dari sisi masing-masing:

- 1) Nasabah tabungan/deposito merasa produk kurang aman.
- 2) Nasabah kredit kesulitan akses pembiayaan.
- 3) Kreator tidak punya jaminan keuangan jangka panjang.
- 4) BPR terbatas modal, skala, dan efisiensi.

Inilah kesenjangan yang hendak dijembatani oleh BPR Kreatif Indonesia, tempat kreator, *fans* dan pelaku ekonomi kreatif saling menopang dalam siklus finansial yang lebih sehat, aman, dan berkelanjutan.

3. Solusi

Di tengah derasnya arus ekonomi digital, satu hal menjadi jelas: konten kreator adalah pintu masuk ke komunitas luas. Mereka bukan hanya *influencer*, tetapi juga pemimpin opini, penjaga ekosistem, bahkan bisa menjadi jembatan antara dunia kreatif dan sistem keuangan.

Pendekatan Baru: kreator sebagai *partner*. BPR Kreatif Indonesia hadir dengan gagasan berbeda. Bukan menjadikan kreator sekadar pengguna produk bank, melainkan *strategic partner* dalam bentuk *lifetime partnership*. Artinya, hubungan ini bukan transaksi sesaat, tapi kemitraan jangka panjang yang memberi kreator akses pada *pension fund*.

a. Strategi Pengelolaan (*Management*)

Tiga nilai utama menjadi fondasi ekosistem ini:

- 1) Integritas: “Hidup mulia atau mati syahid.” Setiap langkah dijiwai komitmen etika dan keberanian mengambil keputusan yang benar.
- 2) Kompetensi: Membangun keunggulan melalui pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman.
- 3) Pemberdayaan Komunitas: Fokus pada pertumbuhan kolektif, kolaborasi, dan keberlanjutan, bukan hanya keuntungan jangka pendek.

b. Strategi Pendanaan (*Funding*)

Kreator bisa menjadi mitra strategis bank dengan mekanisme sederhana tapi kuat:

- 1) Nasabah *sign up* ke dalam ekosistem BPR Kreatif Indonesia melalui kode *referral* unik milik kreator.
- 2) Jika nasabah menggunakan produk tabungan atau deposito dengan bunga 6,75%, maka:
- 3) Nasabah menerima bunga penuh 6,75%.
- 4) Kreator memperoleh insentif 10% dari bunga *referral*, yaitu 0,675%.
- 5) Bank menanggung *cost of fund* 7,425%.

c. Strategi Pembiayaan (*Lending*)

Skema ini berlaku pula untuk produk kredit:

- 1) Nasabah *sign up* dengan kode *referral* kreator.
- 2) Jika nasabah menggunakan produk kredit dengan bunga 20%, maka:
- 3) Kreator menerima insentif 10% dari bunga kredit, yaitu 2%.
- 4) Bank menerima bunga bersih 18%.

d. Efisiensi & Daya Tarik Model

Model ini bekerja dengan prinsip “*referral* sekali, insentif berkali-kali.” Begitu seorang kreator berhasil mengajak *fans*, *follower* atau komunitas kreatif bergabung ke ekosistem BPR Kreatif Indonesia, ia akan terus mendapatkan *lifetime passive income* selama *referral* tersebut aktif menggunakan produk tabungan, deposito, dan/atau kredit.

e. Win-to-Win Ecosystem

- 1) *Fans*, *follower* dan/atau komunitas memperoleh imbal hasil optimal dan aman.
- 2) Pelaku ekonomi kreatif memperoleh akses kredit cepat, mudah dan ramah.
- 3) Kreator mendapatkan *lifetime passive income* dari *referral* nya.
- 4) Bank menikmati pertumbuhan aset yang sehat & berkelanjutan.

4. Simulasi Pendanaan dan Pembiayaan

a. Pendanaan (*Funding*)

- 1) Vilmei memiliki 62 juta *follower* di tiktok;
- 2) Asumsi Vilmei berhasil mengajak 100 ribu *follower* untuk *sign up* dalam ekosistem BPR Kreatif Indonesia;
- 3) Asumsi Nasabah memiliki rata-rata saldo deposito sebesar Rp1 juta per tahun;
- 4) Maka Nasabah 100 ribu x deposito Rp1 juta = Rp100 miliar DPK (dana pihak ketiga);
- 5) Biaya bunga 6,75% = Rp6,75 miliar/tahun -> pendapatan untuk nasabah;
- 6) Insentif kreator 0,675% = Rp675 juta/tahun -> pendapatan untuk Vilmei
*semakin banyak jumlah orang dan transaksi *referral*, semakin tinggi pendapatan untuk Vilmei;
- 7) Total *cost of fund* 7,425% = **Rp7,425 miliar/tahun -> biaya untuk bank;**
- 8) Proyeksi 5 tahun kedepan:
 - Asumsi menjalin *lifetime partnership* dengan 50 konten kreator atau *top 10* kreator di masing-masing *platform* (instagram, tiktok, youtube, facebook, twitter);
 - Asumsi setiap kreator berhasil mengajak 100 ribu *follower*;
 - Asumsi rata-rata saldo deposito sebesar Rp1 juta per tahun;
 - Maka Nasabah 5 juta x deposito Rp1 juta = Rp5 triliun DPK;
 - Biaya bunga 6,75% = Rp337,5 miliar/tahun;
 - Insentif kreator 0,675% = Rp33,75 miliar/tahun atau Rp675 juta per kreator;
 - Total *cost of fund* 7,425% = **Rp371,25 miliar/tahun.**

b. Pembiayaan (*Lending*)

- 1) Kredit Rp80 miliar (80% dari DPK) dengan bunga rata-rata 20% = Rp16 miliar/tahun pendapatan bunga;
- 2) Insentif kreator 2% = disesuaikan dengan portofolio *referral* kredit
*semakin banyak jumlah orang dan transaksi *referral*, semakin tinggi pendapatan untuk kreator;
- 3) Pendapatan bersih bunga = **Rp16 miliar/tahun dikurangi porsi insentif kreator;**
- 4) Penempatan pada bank lain Rp20 miliar (20% dari DPK) dengan bunga rata-rata 7% = **Rp1,4 miliar/tahun;**
- 5) Proyeksi 5 tahun kedepan:
 - Kredit Rp4 triliun (80% dari DPK) dengan bunga rata-rata 20% = Rp800 miliar/tahun pendapatan bunga;
 - Insentif kreator 2% = disesuaikan dengan portofolio *referral* kredit;
 - Pendapatan bersih bunga = **Rp800 miliar/tahun dikurangi porsi insentif kreator;**
 - Penempatan pada bank lain Rp1 triliun (20% dari DPK) dengan bunga rata-rata 7% = **Rp70 miliar/tahun.**

5. Model Bisnis dan Kelayakan

a. Produk Utama:

BPR Kreatif Indonesia menghadirkan produk finansial yang lebih sederhana, relevan, dan *digital-first*, agar cocok dengan pola hidup komunitas kreatif.

1) Tabungan Kreatif

Produk simpanan fleksibel dengan bunga menyesuaikan LPS, tanpa tenor, bisa diakses sepenuhnya secara digital. Solusi untuk *fans* atau *follower* yang ingin mulai menabung tanpa tekanan.

2) Deposito Kreatif

Produk investasi dengan tenor fleksibel (1, 3, 6, atau 12 bulan) dan bunga menyesuaikan LPS. Cocok bagi nasabah yang ingin keamanan sekaligus kepastian imbal hasil yang optimal.

3) Kredit Mikro Kreatif

Pinjaman Rp1 juta - Rp25 juta dengan bunga sesuai regulasi OJK. Membantu pelaku kreatif skala mikro, seperti *content creator* pemula atau UMKM lokal.

4) Kredit Kecil Kreatif

Pinjaman Rp25 juta - Rp250 juta. Cocok untuk UMKM kreatif yang mulai naik kelas, misalnya *brand* kuliner atau fesyen.

5) Kredit Menengah Kreatif

Pinjaman Rp250 juta - Rp500 juta. Mendukung industri menengah yang sedang memperluas produksi dan distribusi.

6) Kredit Ekspor Kreatif

Pinjaman Rp500 juta - Rp50 miliar. Membuka jalan bagi produk kreatif Indonesia seperti kuliner, kriya, fesyen untuk masuk ke pasar global.

Semua produk ini diakses secara digital, sehingga tidak ada lagi kesenjangan antara dunia kreatif yang serba *online* dan sistem keuangan formal yang biasanya kaku.

b. Segmentasi:

BPR Kreatif Indonesia fokus pada ekosistem kreatif yang sangat luas, dengan tiga pilar utama:

1) Konten Kreator dan *Follower*: pengguna platform Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, hingga X (Twitter).

2) UMKM Kreatif dengan Potensi Ekspor: pelaku kuliner, fesyen, kriya, yang sudah memiliki daya saing di pasar global.

3) Industri Kreatif Lainnya: termasuk musik, film, dan gim yang menjadi wajah baru ekspor budaya Indonesia.

c. Potensi Pasar:

1) Rp1.300 triliun kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Nasional (2023).

2) 22 juta lapangan kerja yang tercipta (2023).

3) 143 juta pengguna media sosial di Indonesia (2025).

Dengan target 3,5% penetrasi pasar media sosial, BPR Kreatif Indonesia berpeluang mendapatkan 5 juta nasabah sebelum 2030.

d. Solusi Teknis:

Agar model ini benar-benar menjawab masalah mendasar pelaku kreatif, BPR Kreatif Indonesia menawarkan solusi teknis:

1) *Alternative Credit Scoring*

Menilai kelayakan kredit berdasarkan data transaksi digital, riwayat *e-commerce*, pendapatan *adsense/endorsement*, hingga pembayaran tagihan. Mengurangi ketergantungan pada agunan fisik yang selama ini menjadi penghalang utama.

2) *Cluster-Based Lending*

Membiayai komunitas kreatif dalam bentuk klaster, misalnya pengrajin batik, UMKM kuliner, atau komunitas *gaming*. Risiko lebih terdistribusi, biaya monitoring lebih rendah.

3) *Revenue Sharing Model*

Menyediakan skema pembiayaan berbasis bagi hasil, bukan hanya bunga. Misalnya pembiayaan produksi konten, di mana cicilan dihitung dari persentase pendapatan iklan atau sponsor kreator.

4) *Micro Savings & Micro Deposits*

Membuka akses tabungan mulai dari Rp10.000 - Rp50.000. Membuat *fans* merasa menjadi bagian dari komunitas kreator sekaligus menjadi sumber pendanaan efisien untuk bank.

5) *Regulatory Sandbox & Compliance*

Seluruh inovasi dijalankan dalam kerangka *sandbox* OJK. Tetap menjaga tata kelola, audit internal, manajemen risiko kredit (NPL), dan kepatuhan likuiditas sesuai aturan BPR.

Intinya: BPR Kreatif Indonesia tidak sekadar menyalurkan produk tabungan, deposito, atau kredit, tetapi menghadirkan sistem keuangan kreatif yang inklusif, kolaboratif, dan berkelanjutan.

6. Tata Kelola dan Kepatuhan Regulasi

BPR Kreatif Indonesia dibangun bukan hanya untuk menjadi bank komunitas berbasis kreator, tetapi juga untuk menjadi lembaga keuangan yang terpercaya, transparan, dan berkelanjutan. Fondasi kepercayaan ini diwujudkan melalui penerapan *Good Corporate Governance* (GCG).

- a. Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, dan Kewajaran (TARIF) menjadi kompas dalam setiap langkah manajemen. Struktur organisasi disusun jelas: ada Dewan Komisaris yang mengawasi, Direksi yang mengeksekusi strategi, serta unit kerja yang menjalankan fungsi sehari-hari dengan dukungan pengendalian internal yang kokoh.
- b. Kepatuhan adalah harga mati. Kami berkomitmen pada seluruh ketentuan OJK, BI, dan LPS: menjaga rasio keuangan minimum, mengendalikan risiko kredit agar tetap sehat ($NPL \leq 5\%$), serta memastikan simpanan nasabah selalu aman dalam kerangka 3T (tercatat, tingkat bunga wajar, dan tidak menyebabkan bank gagal).

- c. Manajemen risiko bukan sekadar kewajiban, tapi budaya. Setiap keputusan pembiayaan diuji melalui empat pilar utama: risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional, dan risiko kepatuhan. Penilaian dilakukan rutin setiap semester agar bank selalu siap menghadapi tantangan.
- d. Perlindungan konsumen menjadi prioritas. Kami menjamin informasi produk jelas, biaya transparan, dan mekanisme pengaduan yang manusiawi. Dengan begitu, nasabah merasa dilayani dengan adil, bukan dibebani.
- e. Transformasi digital adalah masa depan. Karena itu, BPR Kreatif Indonesia tidak hanya hadir dengan *mobile banking* dan QRIS, tetapi juga berkomitmen menjaga keamanan data nasabah sesuai UU Perlindungan Data Pribadi 2022. Kami percaya, keamanan data adalah bentuk kepercayaan *modern*.

Dengan tata kelola yang kuat, kepatuhan yang disiplin, dan transformasi digital yang progresif, BPR Kreatif Indonesia siap tumbuh sebagai bank yang sehat, adaptif, dan berdaya tahan.

7. Dampak Sosial dan Humanis

Bayangkan seorang anak muda bernama Raka, musisi indie dari Bandung. Selama ini ia kesulitan mendapatkan modal untuk produksi lagu karena tidak punya aset untuk diagunkan ke bank. Mimpi Raka hampir kandas, sampai akhirnya ia bertemu dengan BPR Kreatif Indonesia.

Dengan Kredit Mikro Kreatif, Raka bisa merekam dan merilis albumnya. Bukannya hanya bermimpi, kini karyanya masuk ke YouTube dan TikTok, memberi inspirasi bagi ribuan pendengar. Bahkan sebagian *fans* ikut menabung di Tabungan Kreatif, sehingga mereka merasa jadi bagian dari perjalanan Raka.

Di sinilah dampak sosialnya terasa:

- a. Pemberdayaan Ekonomi → kreator seperti Raka, pengrajin batik di Pekalongan, atau pelaku kuliner di Makassar kini punya akses modal yang ramah.
- b. Penciptaan Lapangan Kerja → karya mereka membuka peluang baru: dari kru produksi musik, penjahit, barista, hingga desainer grafis.
- c. Inklusi Finansial → *fans*, *follower*, dan komunitas kreatif bisa menabung mulai dari Rp10.000. Anak muda yang dulu hanya "*like & comment*" kini bisa ikut mendukung idolanya secara nyata.
- d. Kemandirian & Martabat → kreator tidak lagi sekadar berharap pada *adsense* atau *endorsement*, tapi memiliki sistem keuangan yang berpihak pada mereka sendiri.

Inilah dampak humanis terbesar:

- a. *Fans* merasa bangga karena bukan hanya menjadi penonton, tapi investor emosional dalam perjalanan kreatornya.
- b. Kreator merasa dihargai, bukan hanya dengan tepuk tangan, tetapi dengan sistem finansial yang menopang masa depan mereka.
- c. Masyarakat luas menikmati hasilnya, ekonomi kreatif tumbuh, lapangan kerja bertambah, dan karya Indonesia semakin diakui dunia.

8. Kesimpulan

Di tengah derasnya arus digitalisasi dan pertumbuhan ekonomi kreatif yang semakin masif, masih banyak talenta kreatif dan komunitas yang tertinggal karena keterbatasan akses pembiayaan. Padahal, sektor ini telah terbukti menjadi salah satu pilar penting perekonomian nasional.

BPR Kreatif Indonesia hadir sebagai jawaban, sebuah sistem keuangan baru yang bukan hanya tentang angka dan bunga, tetapi tentang hubungan, keberlanjutan, dan kolaborasi. Dengan menjadikan konten kreator sebagai mitra strategis, BPR mampu membangun ekosistem finansial yang hidup: *fans* menjadi nasabah, kreator memperoleh pendapatan pasif, komunitas kreatif mendapatkan akses modal, dan bank memperoleh basis loyal yang kokoh.

Mekanisme ini menciptakan siklus *win-to-win*, di mana setiap pihak tumbuh bersama, saling mendukung dan mendapatkan manfaat yang nyata.



9. Referensi

- a. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB dan lapangan kerja
<https://www.antaranews.com/berita/3790389/menparekraf-sektor-ekraf-sumbang-rp1300-t-kepada-pdb-nasional>
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi>
- b. Pertumbuhan ekosistem usaha kreatif
<https://hub.ekraf.go.id>
- c. Tantangan akses pembiayaan UMKM
<https://seputarbank.com/2025/05/kendala-utama-umkm-695-belum-sentuh-pembiayaan-perbankan>
- d. Pengguna media sosial
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>