

ANALISIS KELAYAKAN FINTECH

Initial Coin Offering (ICO)

ICO adalah suatu sarana dalam mengumpulkan dana melalui penawaran suatu jenis koin baru atau layanan *cryptocurrency* baru. Koin yang dimaksud ini adalah mata uang *cryptocurrency*. Lalu investor yang merasa tertarik akan memberikan sejumlah penawaran, baik itu dengan mata uang *crypto* lain misal bitcoin, atau dengan uang real. Kemudian pihak investor akan menerima token *cryptocurrency* baru khusus untuk ICO. Token ini berisi jumlah koin yang diperoleh oleh investor yang telah menyerahkan sejumlah uang.

Perusahaan *fintech* akan menggunakan dana investor yang telah diperolehnya sebagai sarana untuk mencapai tujuan, yaitu meluncurkan produk atau memulai mata uang digital. Investor akan mendapat untung bila nilai koin baru naik terus terhadap mata uang real.

Masa Penawaran Awal (*Public Offering*)

Saat sebuah perusahaan ingin mengumpulkan dana melalui penawaran awal, maka perlu adanya penjelasan mengenai rincian proyek secara terperinci yang dituangkan dalam bentuk proposal.

Adapun isi dari proposal tersebut harus menjelaskan mengenai proyek yang akan dilakukan, segala hal yang dibutuhkan dalam proyek, pencapaian yang diinginkan dari proyek tersebut dan yang terpenting adanya pernyataan mengenai jumlah dana yang dibutuhkan untuk melakukan seluruh usaha. Dalam proposal tersebut ditulis berapa jumlah maksimal koin yang akan beredar, dan berapa yang akan ditawarkan kepada para investor awal. Bila para investor awal ini berminat, dan dana minimum terpenuhi maka perusahaan akan melanjutkan eksekusi rencana bisnisnya. Namun jika dana minimum yang diperlukan tidak tercapai, maka uang itu akan dikembalikan dan seluruh ICO dianggap gagal.

ICO vs IPO

Terdapat kesamaan dan perbedaan antara ICO dengan IPO (*Initial Public Offering*) di pasar saham. Sama halnya seperti IPO, perusahaan menjual beberapa bagian saham agar bisa menghasilkan dana segar untuk membantu pengoperasian di perusahaan tersebut. Dalam ICO, perusahaan koin baru, butuh uang untuk mengoperasikan perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan menjual beberapa bagian koin baru ke investor. Dalam IPO, yang ditawarkan adalah bagian saham dalam perusahaan, sedang dalam ICO yang ditawarkan adalah bagian total koin yang beredar.

Perusahaan koin baru tersebut, akan memberitahukan jumlah total koin yang akan beredar. Kemudian dalam masa ICO, investor akan menawar berapa jumlah koin yang mau dibeli dengan harga tertentu. Setelah masa ICO selesai, koin baru akan dirilis ke umum. Masyarakat umum dapat membeli koin baru tersebut untuk bertransaksi atau

berinvestasi. Bila harga setelah rilis naik terus, maka investor ICO akan mendapat untung banyak.

Resiko rugi dalam ICO sangat tinggi. Bisa jadi setelah masa ICO selesai, perusahaan langsung bangkrut atau koin tidak laku. Biasanya peserta ICO adalah orang yang telah mengetahui resiko untung rugi dalam investasi koin baru.

Menghindari Kerugian ICO

1. Cari Informasi Terbaru Tentang *Project Fintech*

Investor yang ingin membeli ICO pertama-tama harus membiasakan diri dengan *cryptocurrency* secara lebih luas. Dalam kebanyakan kasus mengenai ICO, investor harus membeli token dengan *cryptocurrency* yang telah tersedia sebelumnya misalnya bitcoin.

Cara terbaik yang dapat dilakukan oleh para investor yang merasa tertarik dengan ICO yaitu dengan mulai membaca tentang proyek-proyek online terbaru. Saat ini ada banyak situs online dimana para investor akan berkumpul untuk membahas berbagai peluang baru. Salah satunya situs ICO Watchlist yang memungkinkan para investor tidak hanya untuk menemukan ICO baru yang mungkin belum mereka ketahui, tetapi juga untuk membandingkan penawaran yang berbeda terhadap satu sama lain.

2. Tidak ada otoritas yang mengatur ICO secara umum

Tidak ada peraturan yang mengatur tentang ICO sehingga sangat rawan terjadi penipuan. Kepada para investor diharapkan tetap waspada karena beberapa ICO atau kampanye *crowdsale* sebenarnya curang. Oleh karena itu, sangat penting bagi para investor untuk mengambil tindakan pencegahan terhadap semua hal yang mungkin terjadi.

Penggalangan dana ini tidak diatur oleh otoritas keuangan sehingga jika Startup mengalami penipuan melalui ICO, maka akan sulit untuk menindaklanjutinya ataupun mendapatkan kompensasi atasnya. Tidak heran ketika ada beberapa negara yang melarang penggunaan ICO.

3. Hati-hati

Setidaknya ada empat langkah yang dapat Startup lakukan agar terhindar dari penipuan, yang pertama pastikan bahwa pengembangan proyek dapat dengan jelas menentukan tujuan mereka. Kedua, ketahuilah pengembang proyek Startup dengan begitu dapat diketahui siapa saja yang terlibat dalam proyek, dimana mereka berada, apa rencana dari bisnis tersebut dan lain sebagainya. Ketiga, carilah syarat dan ketentuan hukum yang ditetapkan mengenai ICO untuk memastikan bahwa setiap ICO yang Startup beli adalah sah. Terakhir, pastikan bahwa dana ICO telah disimpan dalam dompet *escrow* yang membutuhkan banyak kunci untuk mengaksesnya.

ICO merupakan sarana untuk mengumpulkan dana tanpa memiliki aturan sehingga sangat rawan terjadi penipuan. Tidak ada cara yang mampu menjamin keselamatan

sejumlah dana yang telah Startup investasikan dalam ICO karena hal itu sudah menjadi resiko yang harus Startup ambil. Meskipun di sisi lain, ICO dapat memberikan keuntungan yang luar biasa kepada Startup. Dan untuk menghindari penipuan, lakukanlah berbagai tindakan pencegahan dan belajarlh sebanyak mungkin tentang dunia ICO agar dapat memaksimalkan berbagai potensi yang ada padanya.

2. WHITEPAPER

Whitepaper adalah sebuah artikel yang berisi penjelasan mengenai sebuah proyek untuk memberi kejelasan kepada investor dan calon pengguna. Informasi dalam whitepaper mempermudah investor untuk memutuskan apakah proyek ini layak untuk didukung berdasarkan kekurangan dan kelebihanannya.

Kualitas dari sebuah whitepaper menjadi pertstartup apakah sebuah proyek crypto akan sukses atau tidak. **Sebab whitepaper adalah tampilan awal dari sebuah proyek dimana dengan whitepaper yang baik umumnya ada kemungkinan proyeknya bagus. Tapi sebaliknya saat whitepaper buruk umumnya proyek juga akan relatif buruk.**

Salah satu tantangan saat menulis whitepaper adalah kemudahannya untuk dipahami oleh investor. Karena walau crypto sudah mendunia, pengetahuan terhadapnya masih terbatas, sehingga harus dibuat semudah mungkin untuk dipahami.

Secara umum, whitepaper harus memberikan informasi mengenai aspek teknis aplikasi atau blockchain yang dibangun, sisi keuangan dari crypto yang dibuat, dan rincian rencana bisnis dari perusahaan di balik crypto tersebut.

Selain itu grafik dan tabel serta beberapa ilustrasi juga perlu diberikan agar pembaca lebih mudah memahami whitepaper.

Terdapat sembilan pertanyaan yang umumnya harus dijawab oleh sebuah white paper yaitu:

1. Apa permasalahan yang akan diselesaikan oleh proyek crypto ini?
2. Dengan cara atau metode apa proyek tersebut akan menyelesaikan masalah yang disebut?
3. Berapa lama rencana proyek tersebut akan dibangun dan bertahan?
4. Siapa individu atau tim yang membangun proyek serta perusahaan terkait crypto tersebut?
5. Apa kegunaan dari koin atau token yang terikat dengan proyek crypto tersebut dan bagaimana keuntungannya untuk investor?
6. Darimana saja pendanaan untuk proyek ini akan datang?
7. Kemana saja dana yang didapatkan dari ICO atau pendanaan akan dialokasikan untuk perusahaan?
8. Apa saja rencana pengembangan teknolog dan proyek serta bagaimana rinciannya dalam bentuk jangka waktu spesifik?

9. Whitepaper juga harus memberikan informasi mengenai token atau koin yang terikat seperti jumlah yang akan ada, alokasi kepada publik dan tim, serta periode penguncian atau kapan investor awal bisa menjual.

Bagaimana Cara Menulis White Paper?

Selain itu informasi terkait rekan yang akan ditarik untuk proyek ini harus dijelaskan dalam whitepaper karena dapat memberi kepercayaan pada investor. Terakhir, peringatan seperti *disclaimer* dan informasi mengenai situs resmi dan sosial media serta komunitas juga perlu diberikan. Sebaiknya, *disclaimer* dituliskan pada bagian awal white paper yang berisi batasan atau peringatan penting. Hal ini dapat berupa pengecualian beberapa negara dalam membeli token karena regulasi lokal yang berlaku, ataupun secara sederhana memberi tahu investor bahwa tidak ada garansi profit pada investasi yang diberikan.

Salah satu yang terpenting dalam menulis sebuah dokumen adalah menulis introduksi yang menarik. Langkah yang baik dapat berupa pesan dari CEO project kepada para pemegang token. Bagian ini adalah bagian di mana startup perlu menuliskan masalah yang akan diselesaikan dengan proyek ini dengan memberikan penjelasan mengapa menyelesaikan masalah ini sangat penting, dan konsekuensi apa yang akan terjadi jika masalah ini tidak diselesaikan.

Startup harus dapat menarik perhatian pembaca, jelaskan keuntungan yang bisa didapatkan dengan membaca dokumen ini dan jelaskan secara singkat apa yang bisa mereka dapatkan. Gunakan fitur apapun seperti tabel, grafik, dan lain-lain.

Sebuah white paper biasanya berisi penjelasan teknis dan rata-rata terdiri dari 25 halaman. Oleh karena itu, sangat penting membuat white paper project Startup mudah diakses oleh khalayak umum dan disertai dengan navigasi yang mudah dibaca, misalnya daftar isi yang terstruktur dengan rapi. Jika di dalam white paper terdapat kata-kata yang cukup sulit, Startup dapat membantu mendefinisikannya di bagian glosari.

Struktur Whitepaper

Informasi yang jelas dan transparan. Gunakan halaman sebanyak apapun untuk membicarakan dengan project yang ingin dilakukan dengan penjelasan yang mendalam, dan mengapa project ini sangat cocok dengan keadaan market sekarang ini. Sangat penting untuk menjelaskan apa projectnya dan bagian-bagian yang termasuk di dalamnya. Berusaha untuk mengurangi data-data berupa angka kecuali jika angka tersebut merupakan hasil riset dan analisis yang valid.

Status Project. Nyatakan status project Startup. Tuliskan deskripsi detil dari keadaan project Startup sekarang, seperti misalnya: data prototipe, pengguna pertama, strategi pengembangan dan tujuan secara umum. Mayoritas investor hanya akan berinvestasi pada project yang sudah memiliki sesuatu yang dapat ditunjukkan, memiliki ekosistem dan basis pengguna akan meningkatkan kesempatan token akan

bertahan di market. Jika startup memiliki poin-poin ini, pastikan pembaca mengetahui hal tersebut.

Aspek finansial. Pastikan untuk menyisakan beberapa halaman untuk menjelaskan aspek finansial dari project.

Kepemilikan Token Khusus. Startup harus dapat menjelaskan dengan jelas mengapa project Startup membutuhkan token khusus tersendiri, bagaimana dan kapan token tersebut didistribusikan, apakah distribusi token terbatas, kapan penjualan token dimulai, dan sebagainya.

Rencana penggunaan dana. Investor perlu mengetahui bagaimana uang mereka akan digunakan dan berapa banyak uang yang dibutuhkan project dalam menyelesaikan rencana tertentu. Yang paling penting, di dalam white paper tidak boleh disebutkan item pengeluaran seperti “networking event”, “pengembangan industry”, “hal lainnya”, dan seterusnya. White paper harus menyatakan dengan jelas bahwa seluruh uang yang terkumpul akan digunakan sepenuhnya untuk pengembangan project, dan bukan yang lainnya.

Roadmap. Terakhir, white paper harus menyertakan tidak hanya deskripsi teknis secara detil project, tetapi juga rencana pengembangan. Idealnya, sebuah rencana kerja secara mendalam untuk 1-2 tahun ke depan, dan juga menyertakan paling tidak versi beta-launch. Jika beberapa proses yang dituliskan dalam roadmap sudah terselesaikan, pastikan untuk menjelaskannya dalam white paper, hal ini akan menjadi bahan pertimbangan positif oleh para investor.

Pentingnya Teamwork

Sebuah tim adalah bagian yang tidak terpisahkan dari project. Beberapa ICO dengan developer yang tidak dikenal, kurang memiliki cerita sukses. Sementara sisa isi dari white paper harus menjelaskan deskripsi teknis, bagian ini adalah bagian di mana sentuhan manusia sangat penting.

Foto dan biografi singkat dari tim akan menjadi keuntungan yang besar di mata investor. Pastikan untuk tidak hanya menjelaskan individu di balik project, tetapi juga jelaskan mengapa eksistensi mereka sangat penting bagi project ini, dan mengapa orang-orang ini dapat membuat project ini berhasil.

Selain itu, Startup juga dapat menulis beberapa kalimat mengenai penasihat project. Namun, hindari menuliskan nama-nama yang terlalu banyak dan tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan.

Di mana Baiknya Mencantumkan White Paper?

Beberapa tahun yang lalu, beberapa kampanye ICO sukses dengan mencantumkan white paper di berbagai forum Bitcoin. Namun, sekarang ini, di mana ICO semakin banyak, kebanyakan project mencantumkan white papernya di website project itu sendiri.

Pilihan lain seperti GitHub, forums, dan lain-lain masih berlaku, namun Startup harus pastikan bahwa ada satu titik utama di mana para pembaca dapat mengunduh white paper Startup.

Ciri-Ciri White Paper yang Bagus

Saat menulis whitepaper, hingga saat ini para pemilik proyek selalu merujuk pada tipe whitepaper yang sama. Tipe whitepaper yang dimaksud tersebut adalah tipe whitepaper di masa awal yang berisi informasi lengkap.

Selain itu, whitepaper tersebut juga berhasil mendapatkan dana yang besar akibat berhasil menarik kepercayaan investor. Akibatnya hingga saat ini tipe whitepaper yang baik belum relatif berubah dibandingkan yang ada di era 2013 saat crypto mulai ramai. Jadi penentuan whitepaper yang bagus juga masih relatif mengacu pada whitepaper di masa tersebut.

Beberapa contoh white paper yang ditulis dengan baik dan menghasilkan ICO yang sukses:

- Ethereum – 15.5 juta dolar AS terkumpul
- Quoine – 105 juta dolar AS terkumpul
- DigixDAO – 5.5 juta dolar AS terkumpul

Contoh whitepaper tersebut dapat digunakan untuk menjadi panduan saat menulis dan ditambah dengan tampilan atau bahasa yang lebih cocok untuk generasi saat ini.

3. KNOW YOUR CUSTOMER (KYC)

Sumber: DJP, 2021

Ketika mendaftarkan diri sebagai nasabah suatu bank, atau mendaftarkan diri menjadi nasabah suatu lembaga keuangan, umumnya seseorang akan dimintai verifikasi identitas. Proses ini dikenal dengan istilah *Know Your Customer* atau biasa disingkat KYC. Mengapa proses ini perlu dilakukan? Simak pembahasannya di sini.

Definisi KYC

KYC adalah prinsip yang diterapkan lembaga jasa keuangan untuk mengetahui identitas nasabah (mencakup nama, alamat, pekerjaan), memantau kegiatan transaksi nasabah, termasuk pelaporan transaksi yang mencurigakan.

Prinsip KYC, yang dalam bahasa Indonesia adalah Mengetahui Nasabah, dilakukan tidak hanya oleh bank, tetapi juga oleh lembaga keuangan lainnya, termasuk *financial technology (fintech)* online yang sudah banyak hadir di kalangan masyarakat untuk berbagai kebutuhan.

Tujuan Pelaksanaan dan Landasan Hukum

Penerapan prinsip *Know Your Customer* ini diharapkan dapat mengurangi risiko penggunaan bank untuk pendanaan tindak terorisme dan sebagai tempat pencucian uang. Tidak hanya itu, KYC juga membantu melindungi bank dari berbagai risiko yang dapat timbul dari pelaksanaan usahanya.

Penerapan prinsip KYC ini diimplementasikan ke dalam undang-undang, yaitu:

- Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 30/PMK.010/2010 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah bagi Lembaga Keuangan Non-Bank
- POJK Nomor 12-POJK.01-2017 tentang Penerapan Program APU PPT di Sektor Jasa Keuangan
- Peraturan Bank Indonesia No. 3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Customer Principles*), yang mengalami beberapa kali perubahan dan terakhir adalah Peraturan Bank Indonesia No. 14/27/PBI/2012 tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme bagi Bank Umum

Implementasi KYC dalam undang-undang tersebut dijadikan standar kebijakan yang ada pada tiap-tiap lembaga keuangan.

Fungsi dan Manfaat KYC

Sebagai sebuah prinsip untuk menghindarkan lembaga keuangan dari hal-hal yang tidak diinginkan, KYC memiliki beberapa fungsi, di antaranya:

- Memungkinkan lembaga keuangan untuk lebih mengenal dan memahami para pelanggan dan intermediari perusahaan.
- Memudahkan Bank Indonesia untuk mengawasi semua kegiatan yang dilakukan lembaga keuangan.
- Menyediakan sistem pengawasan internal pada seluruh kegiatan yang sedang berlangsung di bawah naungan lembaga keuangan.
- Mengurangi angka korupsi dan pencucian uang yang dapat mungkin terjadi.
- Melakukan investigasi kasus yang berkaitan dengan tindak pencucian uang dengan menggunakan informasi yang terkumpul dari pelanggan.

Pelaksanaan Prinsip Mengenal Nasabah

Bagaimana proses Know Your Customer ini berlangsung? Pada dasarnya, lembaga keuangan akan meminta data calon nasabah secara lengkap. Untuk calon nasabah perorangan, permintaan data meliputi:

- Nama calon nasabah
- Nomor induk kependudukan (NIK) KTP
- Nomor dokumen identitas
- Alamat tempat tinggal sesuai dokumen identitas dan alamat tempat tinggal lain
- Tempat dan tanggal lahir

- Kewarganegaraan
- Pekerjaan
- Jenis Kelamin
- Status Perkawinan
- Sumber dan tujuan penggunaan dana.

Sedangkan untuk calon nasabah perusahaan, permintaan data meliputi:

- Nama perusahaan
- Nomor izin usaha dari instansi berwenang
- Bidang usaha
- Alamat kedudukan perusahaan
- Tempat dan tanggal pendirian perusahaan
- Bentuk badan hukum perusahaan
- Identitas *Beneficial Owner* (pemilik sebenarnya dari dana yang ditempatkan di bank, mengendalikan transaksi nasabah, memberikan kuasa untuk melakukan transaksi) apabila calon nasabah memiliki *Beneficial Owner*
- Sumber dana
- Maksud dan tujuan hubungan usaha atau transaksi yang akan dilakukan calon nasabah perusahaan dengan bank
- Informasi lain untuk mengetahui calon nasabah lebih dalam, termasuk informasi yang diperintahkan oleh ketentuan dan peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait.

Namun secara spesifik, ada dua cara untuk melaksanakan identifikasi nasabah, yaitu dengan *Customer Due Diligence* (CDD) dan *Enhanced Due Diligence* (EDD).

1. *Customer Due Diligence* (CDD)

CDD merupakan kegiatan berupa identifikasi, verifikasi, dan pemantauan yang dilakukan bank untuk memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan profil calon nasabah, *Walk In Customer* (WIC), atau nasabah.

2. *Enhanced Due Diligence* (EDD)

EDD adalah tindakan CDD lebih mendalam yang dilakukan bank pada saat berhubungan dengan calon nasabah, WIC, atau nasabah yang tergolong berisiko tinggi, termasuk *politically exposed person* (orang yang memiliki atau pernah memiliki kewenangan publik), terhadap kemungkinan pencucian uang dan pendanaan terorisme.

Adapun penerapan kedua cara tersebut dapat ditemukan dalam Peraturan Bank Indonesia No. 14/12/PBI/2021

Penerapan Prinsip KYC secara Digital

Kemajuan dunia digital memberikan kemudahan bagi calon nasabah untuk mendaftarkan diri ke lembaga keuangan secara online. Adanya perilaku baru ini, turut mendorong penerapan prinsip KYC secara digital yang disebut dengan e-KYC. Proses pelaksanaan e-KYC ini tidak jauh beda dengan prinsip yang biasa dilakukan secara langsung atau tatap muka. Umumnya, verifikasi identitas calon nasabah akan dilakukan dengan cara mengirim foto diri dan KTP, mengisi formulir, dan menandatangani

kontrak digital. Semua secara online. Ada juga lembaga yang melakukan verifikasi identitas dengan cara *video call*. Dengan penerapan e-KYC ini, lembaga keuangan tetap dapat menjalankan prinsip mengenal nasabah tanpa mengurangi tingkat keamanan yang diharapkan.

Pentingnya Penerapan Prinsip KYC

Sebagaimana tujuan dan fungsinya, prinsip KYC penting diterapkan demi melindungi lembaga keuangan dan nasabah sendiri. Dengan mengenali identitas nasabah, lembaga keuangan dapat menjaga keberlangsungan operasionalnya, menjaga keamanan dari risiko kerugian maupun kemungkinan keterlibatan pidana. Sebagai nasabah, wajib untuk memberikan data secara lengkap dan akurat untuk memperlancar proses KYC.