

Pemerintah Harus Hapus Aplikasi Pinjol Ilegal

JAKARTA (KR) - Wakil Ketua DPR RI Abdul Muhaimin Iskandar menilai langkah pemerintah memutus akses ribuan situs pinjaman online (pinjol) ilegal belum cukup, sehingga harus menghapus aplikasi pinjol yang berbaran di Play Store maupun App Store.

"Pemutusan akses platform fintech ilegal itu tidak cukup menyelesaikan masalah, saya kira aplikasinya juga harus dicabut di Android maupun IOS. Karena walaupun sudah diblokir, masih saja muncul lagi selama masih ada di Google atau Apple," kata Muhaimin dalam keterangannya di Jakarta, Kamis (14/10).

Ia juga menyarankan agar pemerintah menghentikan keberadaan pinjol ilegal di hulu yaitu dengan memberikan notifikasi kepada Google dan Apple untuk segera menghapus aplikasi-aplikasi pinjol ilegal. Apabila noti-

fikasi permintaan penghapusan itu tidak ditanggapi, pemerintah perlu membuat kebijakan yang lebih tegas untuk penyedia platform.

"Karena pemilik aplikasi seperti Google dan Apple malah menjerumuskan pengguna untuk bisa mengunduh aplikasi pinjol ilegal," ujarnya.

Ketua Umum DPP PKB itu menilai kunci utama yang paling efektif untuk bisa memberantas fintech lending ilegal adalah dengan meningkatkan literasi kepada masyarakat.

Melihat perkembangan kegiatan fintech lending ilegal sangat meresahkan

karena di tengah pandemi, kata Cak Imin, masih ada penawaran pinjaman tanpa izin. Terlebih, para pelaku ini memanfaatkan kesulitan finansial masyarakat saat pandemi.

"Banyak yang melapor ke saya terkait pinjol ini. Saya kira ini perlu disikapi lebih serius pemerintah agar tidak semakin melebar dampaknya," katanya.

Sebelumnya, Kapolri Jenderal Pol Listyo Sigit Prabowo menginstruksikan seluruh jajarannya untuk menindak tegas para penyelenggara financial technology peer to peer lending atau pinjol ilegal yang merugikan masyarakat.

Instruksi tersebut merupakan tindak lanjut Polri atas arahan dari Presiden Joko Widodo yang meminta kasus pinjol ini benar-benar ditangani dengan serius. (Ant)-d

Bursa

kita mengenal adanya majelis tinggi partai beserta jajarannya, ketua umum beserta jajarannya (re: wakil ketua umum, bendahara, sekretaris dan lainnya) serta anggota partai. Pun demikian dengan klub sepak bola. Kita mengenal ada dewan direksi klub beserta jajarannya, manajer klub beserta jajarannya (re: asisten pelatih) dan pemain bola. Dengan demikian, apabila kita bandingkan apple to apple, maka majelis tinggi partai adalah dewan direksi klub, ketua umum adalah manajer klub dan anggota partai adalah pemain bola di lapangan.

Persamaan tidak berhenti di situ. Klub sepak bola dan partai politik memiliki persamaan aktivitas. Setiap tahunnya, klub sepak bola berkesempatan merekrut pemain untuk memperkuat klub. Aktivitas yang sama pun dilakukan partai politik. Pada prosesnya, keduanya memiliki dasar perhitungan langkah yang sama yaitu mencari sosok yang berbakat, memiliki popularitas maupun potensi serta berpotensi menjadi tulang punggung klub.

Keberhasilan transfer klub sepak bola dalam mendapatkan pemain idaman mereka, ditentukan beragam aspek. Di antaranya popularitas klub sepak bola dalam kancah kompetisi sepak bola serta lingkungan klub sepak bola dalam menunjang kemampuan pemain. Begitu pun dengan calon 'kandidat' politisi yang menentukan partai politik tempat dia akan diusung. Bagaimana popularitas partai politik dan politisi di hadapan publik guna memenangkan perebutan kursi kekuasaan serta lingkungan dalam internal partai politik untuk mendukungnya berkampanye, misalnya. Prasyarat di atas kemudian runtuh tatkala komando tertinggi memutuskan hal sebaliknya.

Situasi yang sama terjadi pada dua partai politik di Indonesia. Bursa transfer untuk menyambut Pemilu 2024 tidak terbuka seluruhnya. Kita dapat berkaca pa-

da Partai Demokrat serta PDIP. Keduanya memunculkan calon 'kandidat' dari garis keturunan untuk menyambut Pemilu 2024. Dengan kata lain, ruang kandidasi internal partai politik telah tertutup.

Kemampuan yang ada, bukan berarti tidak mendapatkan ancaman. Terdapat 'penggoda' bursa transfer. Hal ini terletak pada munculnya pemain baru yang memiliki popularitas kuat. Dalam dunia sepak bola, setiap pemain memiliki fensinya tersendiri bahkan terkadang ada ungkapan ada pemain yang melebihi popularitas klub. Kita dapat

melihat keputusan mega bintang sepak bola, Lionel Messi, yang berpindah dari Barcelona ke PSG. Keputusan yang membuat penurunan kualitas Barcelona dan berdampak hilangnya sebagian fans Barcelona.

Potensi yang sama dapat terjadi pada Partai Demokrat dan PDIP. Keputusan mereka tidak melakukan screening dan memetakan calon 'kandidat' yang kuat dapat berdampak negatif. Jika salah langkah, bukan tidak mungkin mereka tersisihkan pada kontestasi perebutan kekuasaan. Pada tubuh PDI-P, kita dapat melihat terjadi persaingan

tentang kandidat yang diangkat, salah satunya naiknya nama Ganjar Pranowo untuk maju menjadi calon kandidat presiden pada Pemilu 2024. Ganjar Pranowo memiliki potensi besar mengingati namanya menduduki posisi lima besar. Artinya, 'fans' Ganjar Pranowo cukup besar. PDIP patut berhati-hati pada bursa transfer ini. Jika salah langkah, bukan tidak mungkin jika terjadi penurunan popularitas partai pada Pemilu 2024.

(Penulis adalah Peneliti Research Centre for Politics and Government (PolGov), Universitas Gadjah Mada)-d

Antisipasi

Menurut Kabag Humas Biro Umum, Humas dan Protokol (UHP) Setda DIY Ditya Nanaryo Aji, kasus konfirmasi positif harian Covid-19 di DIY bertambah 34 menjadi 155.419 kasus, Kamis (14/10). Rerata kasus positif harian 0,48 persen dengan jumlah kasus aktif 718 kasus. Pasien sembuh bertambah 84 menjadi 149.472 kasus dan pasien meninggal bertambah satu kasus menjadi 5.229 kasus.

Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G Plate menyatakan, Pemerintah terus mempercepat vaksinasi bagi masyarakat lanjut usia terutama di wilayah aglomerasi dan pusat-pusat per-

tumbuhan ekonomi untuk mencegah lonjakan kasus Covid-19 pada saat libur Natal dan tahun baru nanti.

"Vaksinasi tidak boleh mengendur. Justru saat kasus positif Covid-19 tengah rendah, vaksinasi harus ditingkatkan terutama bagi lansia dan kelompok rentan," ujarnya.

Dikatakan, fokus Pemerintah mempertahankan kasus aktif serendah mungkin dalam waktu yang lama dengan penurunan kasus yang konsisten. Pemerintah juga terus mengevaluasi penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berlevel di berbagai daerah di Indonesia.

Berdasarkan evaluasi PP-

KM secara periodik, lanjutnya, peningkatan kasus Covid-19 berpotensi terjadi setelah acara keagamaan atau liburan. "Hal ini karena mobilitas masyarakat meningkat tajam dan pergerakan massa yang signifikan tidak terelakkan," ujarnya.

Menkominfo memaparkan, Pemerintah juga telah menyiapkan strategi antisipasi Covid-19 menjelang libur Natal dan tahun baru, salah satunya dengan memastikan pelonggaran aktivitas diikuti pengendalian lapangan yang ketat. Hal ini akan diikuti percepatan vaksinasi lansia, terutama di wilayah aglomerasi dan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi. (Ria/Ira/San)-f

Semangat

Sambungan hal 1

Bupati sangat optimis pelaku obwis langsung tancap gas eksis sehingga banyak wisatawan baik lokal, nasional maupun wisatawan manca negara akan berkunjung ke Kulonprogo.

"Menparekraf Sandiaga Uno sangat familiar dengan 'Sambanggo' (Sambang Kulonprogo). Ini kan luar biasa seorang menteri sangat ingat dengan salam Sambanggo. Kita berharap dari sektor UMKM, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, perekonomian masyarakat Kulonprogo bangkit dan sejahtera," tuturnya. (Rul/Wid)-f



Prakiraan Cuaca Jumat, 15 Oktober 2021. Table with columns: Lokasi, Cuaca, Suhu, Kelembaban. Locations include Bantul, Sleman, Wates, Wonosari, Yogyakarta.

KADO ISTIMEWA PERINGATAN HARI JADI KE-70 Kulonprogo Raih Penghargaan Opini WTP ke-8



KR-Asrul Sani

Bupati Kulonprogo Drs Sutedjo (tengah) didampingi Sekda Ir RM Astungkoro menerima Penghargaan Opini WTP Murni kedelapan kalinya dari Kakanwil DJPb DIY Arif Wibawa.

KULONPROGO (KR) - Menjelang peringatan Hari Jadi ke-70 Kabupaten Kulonprogo, Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Kulonprogo mendapat hadiah istimewa dengan kembali meraih Penghargaan Opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) Murni atas penyusunan dan penyajian Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Tahun Anggaran 2020.

Piagam Penghargaan WTP diterima Bupati Kulonprogo Drs H Sutedjo dari Kepala Kantor Wilayah (Kakanwil) Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb) DIY Arif Wibawa di Ruang Rapat Menoreh, Kantor Bupati di Wates, Kamis (14/10).

Penyerahan piagam penghargaan disaksikan Kabid PAPPK Kanwil DJPb DIY Su-

geng Winarno, Sekretaris Daerah (Sekda) Kulonprogo Ir RM Astungkoro SH MHum, Inspektoriat Daerah (Irda) Drs Riyadi Sunarto dan Kepala KPPN Wates Sugiyana.

Opini WTP merupakan predikat yang diberikan Badan Pemeriksaan Keuangan (BPK) terhadap daerah yang berhasil melaporkan kinerja keuangan tahunan dengan tertib dan baik. Kabupaten Kulonprogo kembali mendapatkan Opini WTP dari BPK sebanyak delapan kali berturut-turut.

Arif Wibawa mengatakan, Kabupaten Kulonprogo sudah mengelola keuangan secara tertib dan akuntabel nasional. "Selamat dan sukses atas peringatan HUT ke-70 Kabupaten Kulonprogo, ke depan kita berharap bisa menjadi kabupaten yang

mendapatkan excellent kedua yang kesepuluh kali. Kalau sudah kesepuluh kali, menurut Menteri Keuangan itu merupakan kabupaten yang benar-benar sudah menjadi ideal dalam rangka pelaporan keuangan," tegasnya.

Bupati Sutedjo mengucapkan syukur dan berterimakasih kepada semua pihak, Kabupaten Kulonprogo kembali meraih predikat Opini WTP. "Penghargaan merupakan salah satu kado istimewa dari penghargaan-penghargaan lain yang kita raih menjelang peringatan Hari Jadi ke-70 Kabupaten Kulonprogo," ujarnya.

Diungkapkan, penghargaan tersebut dicapai berkat kerja keras dan kerja sama semua pihak. Bupati berharap ke depan Pemkab Kulonprogo bisa terus mempertahankan Opini WPT dan tidak terdegradasi. Diharapkan pula kerja sama dan silaturahmi antara Pemkab Kulonprogo dengan DJPb bisa terus terjalin. "Sesungguhnya Kanwil Dirjen Perbendaharaan menjadi pendamping memberikan ekistensi dan motivasi juga dorongan kepada seluruh Pemda agar bisa melaksanakan tata kelola keuangan lebih baik lagi," jelas Sutedjo. (Rul)-f

Advertisement for Daihatsu GranMax Pick Up. Features a white truck in a dealership setting. Text includes 'Daihatsu GranMax Pick Up RINGAN bayarnya LANCAR usahanya!!', 'FREE JASA SERVICE (Jasa, Parts & Oil) 30.000 KM / 2 TAHUN', and 'ANGKA BAYAR PERTAMA 25% 12.200.000'. Contact info: DAIHATSU ACCESS (T)1-500-898.

Squid Games dan Konsep Gamification dalam Marketing



Kartika Sari Yudanngar, S.I.Kom., M.A. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

DRAMA Korea Squid Game yang rilis di Netflix pertengahan September lalu, berhasil memecahkan rekor drama Korea dalam waktu tiga hari setelah rilis. Squid Game menceritakan tentang undangan sebuah permainan survival yang diikuti oleh 456 peserta. Latar belakang peserta hampir serupa, yaitu dalam keadaan terdesak dan

terlilit hutang dalam jumlah besar. Squid Game menjanjikan sejumlah besar hadiah bagi peserta yang dapat bertahan dan menjadi pemenang permainan tersebut. Drama Korea Squid Game dibintangi oleh Seong Gi-Hun, Joon-ho dan Gong Yoo yang bergenre thriller ini mampu mencuri perhatian para penonton dan menjadi perbincangan di sosial media. Diceritakan bahwa untuk mendapatkan hadiah tersebut, para peserta harus melewati berbagai rintangan yang berupa permainan-permainan masa kecil mereka. Setiap peserta berhasil lanjut ke permainan berikutnya, dan

mendapatkan lebih banyak hadiah. Hal ini yang membuat para peserta bertahan dan berusaha untuk terus melanjutkan permainan tersebut meski harus mempertaruhkan nyawa mereka.

Hal ini serupa dengan konsep gamification dalam dunia marketing. Gamification adalah aplikasi teknik dan konsep game atau permainan ke dalam strategi pemasaran. Konsep game atau unsur-unsur yang dimasukkan berupa point, badges, level, services, location base, dan achievement. Banyak pelaku usaha yang menerapkan gamification sebagai sebuah



sarana yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi dan engagement dengan konsumen.

Penerapan konsep gamification sudah dilakukan oleh banyak pelaku usaha, dan diikuti oleh sebagian besar masyarakat. Sebut saja, Shopee dengan berbagai permainan seperti poin bagi yang melakukan check in atau masuk ke aplikasi setiap hari, kemudian Goyang Shopee, Tanam Shopee yang memberikan berbagai hadiah mulai dari voucher, poin, hingga

kupon undian. Shopee juga memiliki Shopee Loyalty yang memberikan berbagai keuntungan bagi pengguna Shopee dengan level pembelian tertentu.

Karena menarik, gamification cukup berkesan bagi banyak orang dan dapat meningkatkan brand awareness. Gamification dikatakan telah terbukti berhasil meningkatkan engagement, brand loyalty, dan efek positif lainnya bagi para pelaku bisnis. Tantangan dalam penerapan gamification adalah bagaimana dapat menciptakan permainan yang simple dan sederhana, namun tidak membosankan sehingga dapat memicu konsumen untuk terus menerus

"berlomba" dalam permainan tersebut.

Tidak hanya dilakukan oleh para pelaku bisnis skala besar, para pelaku UMKM juga dapat menerapkan konsep ini, misalnya dengan menghadirkan sistem membership, poin untuk setiap kali transaksi misalnya, kemudian poin tersebut dapat ditukar dengan voucher belanja ketika sudah mencapai jumlah tertentu.

Hal ini akan mengikat konsumen dan juga membuat konsumen terpacu meningkatkan poin mereka. Tertarik untuk menerapkan gamification pada usaha anda? (*)