

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia termasuk dalam kategori lambat. Meskipun lambat, kondisi tersebut mengalami peningkatan hampir disetiap tahunnya. Lambatnya perkembangan ini, salah satunya disebabkan oleh kondisi kesenjangan ekonomi dan sosial yang terjadi di Indonesia. Kesenjangan juga terjadi di sektor keuangan. Salah satu bukti tidak terjadinya pemerataan dalam sektor keuangan adalah masih rendahnya jumlah lembaga keuangan formal disejumlah daerah di Indonesia.

Rendahnya jumlah lembaga keuangan formal disejumlah daerah pedesaan menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mendapatkan layanan keuangan formal khususnya perbankan.¹ Hal ini pula yang mengakibatkan masih rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat di daerah pedesaan. Survey menunjukkan bahwa 63% masyarakat dewasa Indonesia belum memiliki rekening perbankan.² Selain itu faktanya masyarakat dengan tingkat literasi keuangan rendah, mayoritas adalah masyarakat pedesaan.³ Kondisi ini dikarenakan minimnya sosialisasi yang didapatkan

¹Berita online tentang “Tantangan BI dalam menaklukkan daerah terpencil,” dalam <http://ekbis.sindonews.com/read/914503/34/daerah-terpencil-masih-jadi-tantangan-bi> Diakses pada 4 Januari 2018 pukul 10.00 WIB.

² Berita online tentang “Hanya 36% penduduk indonesia punya rekening, Perbankan masih gelap untuk masyarakat”, yang diakses melalui www.okezonefinance.com/hanya-36%-penduduk-indonesia-punya-rekening-perbankan-masih-gelap-untuk-masyarakat diakses pada 10 juli 2018 pukul 11.57 WIB.

³ Berita online tentang “Program Laku Pandai OJK Membuka akses keuangan masyarakat di daerah terpencil”, yang diakses melalui [Http://id.bersatu.com/business/program-laku-pandai-ojk-membuka-akses-keuangan-masyarakat-di-daerah-terpencil-dan-](http://id.bersatu.com/business/program-laku-pandai-ojk-membuka-akses-keuangan-masyarakat-di-daerah-terpencil-dan-)

masyarakat tentang perbankan sehingga membuat masyarakat masih tabu terhadap perbankan dan produk pelayanannya.

Terdapat beberapa faktor yang menghambat akses masyarakat terhadap sektor keuangan, yakni dari faktor permintaan dan faktor penawaran.⁴ Pada faktor permintaan, kurangnya pengetahuan dan persepsi yang keliru mengakibatkan acuhnya masyarakat terhadap jasa keuangan formal, khususnya perbankan. Sedangkan dari segi penawaran adalah jauhnya jarak antara tempat tinggal dan kantor cabang bank, rumitnya prosedur dan jam operasional yang dianggap kurang menyesuaikan.⁵ Ketidakmampuan lembaga keuangan formal dalam menggarap segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan juga disebabkan oleh sejumlah hal, seperti penanggungan resiko dan sulitnya proses pemantauan dan penetapan kredit usaha yang layak.⁶

Program keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*Financial Service Deepening*) yang ditujukan kepada masyarakat *in the bottom of the pyramid* untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti cara menyimpan uang yang aman (*keeping*), mengirim (*transfer*), menabung maupun pinjaman dan asuransi.⁷ Keuangan inklusif ini mulai dikenalkan sejak tahun 2000 oleh PBB dengan tujuan memberikan kemudahan bagi seluruh lapisan masyarakat dalam mengakses lembaga

[pedesaan/163692&grqid=NuQAYLsg&s=l&hl=id-IDa](#) Diakses pada 4 Januari 2018 pukul 14.20 WIB.

⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta : Unit penerbit dan percetakan STIM YKPN, 2011), 18.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung : CV. Mustika Setia, 2012), 119.

⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 18.

⁷ www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/program/Contents/default.aspx diakses pada Selasa, 20 Februari 2018 pukul 10.38 WIB

keuangan. Sasaran utama keuangan inklusif ini adalah kelompok *in the bottem of the pyramid* (Mereka yang berpendapatan rendah dan tidak tetap atau tinggal di daerah terpencil).⁸

Pemerintah Indonesia sendiri berinisiatif untuk mengembangkan keuangan inklusif guna membentuk pemerataan ekonomi. Bank Indonesia, pemerintah dan OJK selaku pelaksana utama program keuangan inklusif menargetkan indeks keuangan inklusif mencapai angka 75%, sedangkan saat ini angka tersebut masih berada dikisaran 35%.

Guna mencapai tujuan tersebut, bank Indonesia menyusun 6 pilar Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) pada tahun 2002. SNKI adalah rangkaian strategi yang digunakan oleh BI untuk meningkatkan tingkat indeks keuangan inklusif. Sebagai pihak yang bertanggung jawab mengatur dan mengawasi lembaga keuangan di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran penting dalam program keuangan inklusif ini. Berdasarkan SNKI yang disusun oleh BI, OJK mengeluarkan program *branchless banking* dengan nama laku pandai (Layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif).

Laku pandai adalah layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif. Program ini diluncurkan OJK sebagai upaya untuk menjangkau masyarakat yang belum terjangkau layanan keuangan formal. Program laku pandai ini dikemas dalam bentuk kerjasama dengan agen sebagai perpanjangan tangan bank dalam memberikan pelayanan keuangan kepada

⁸Panduan keuangan inklusif dalam <http://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/Indonesia/Contents/Default.aspx> diakses pada Selasa, 20 Februari 2018 pukul 11.34 WIB

masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi. Melalui program laku pandai, masyarakat bisa melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang bank. Dalam jangka panjang, diharapkan program laku pandai dapat mewujudkan masyarakat sejahtera yang merata diberbagai lapisan masyarakat.

Segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan memang belum tergarap dengan sempurna. Pertimbangan biaya dan resiko menjadi kendala pihak perbankan dalam menjangkau segmen pasar bawah. Ketidakmampuan lembaga keuangan formal dalam menyediakan layanan hingga ke lapisan terbawah masyarakat mengakibatkan banyaknya lembaga non formal seperti rentenir menjadi satu – satunya pilihan yang dianggap paling memudahkan bagi permasalahan keuangan di wilayah pedesaan.

Berdasarkan hal tersebut, program laku pandai seharusnya bisa dimanfaatkan sebagai peluang emas bagi perbankan, khususnya perbankan syariah yang saat ini tingkat *market share*-nya masih sebesar 8 persen.⁹ Masih rendahnya tingkat *market share* perbankan syariah ini dipengaruhi berbagai faktor. Salah satu faktornya adalah minimnya jumlah kantor layanan perbankan syariah yang pada akhirnya mengurangi minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Minimnya kantor cabang bank syariah disebabkan masih rendahnya jumlah modal yang dimiliki bank syariah guna kegiatan penunjang fasilitas dan ketersediaan sarana dalam pengembangan aset.

⁹ <http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/siaran-pers-market-share-keuangan-syariah-capai-8-persen>. Diakses pada tanggal 20 desember 2017.

Program laku pandai adalah salah satu program yang bisa dijadikan solusi atas permasalahan tersebut. Hal ini dikarenakan dalam laku pandai, bank syariah bisa memperluas layanan perbankan tanpa harus mendirikan kantor cabang. Laku pandai juga dinilai mampu meminimalisir dana operasional bagi perbankan syariah dalam upaya perluasan layanan, karena program laku pandai ini lebih memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu, adanya program laku pandai ini, bisa dimanfaatkan bank syariah guna menggarap sektor segmen pasar kalangan bawah yang memang masih belum termanfaatkan secara sempurna oleh bank konvensional.

BTPN Syariah sebagai salah satu bank penyelenggara program laku pandai melihat hal ini sebagai peluang yang cukup menjanjikan. Melalui program laku pandai, BTPN syariah mengharapkan bisa memperluas layanan keuangan hingga pada tingkat kecamatan. Laku Pandai yang dimiliki BTPN Syariah bernama BTPN WOW! iB. Guna mendukung tujuan BTPN Syariah, BTPN WOW! iB dirancang dengan sistem semudah mungkin mulai dari pendaftaran agen sampai penempatan kantor pelayanan di setiap kecamatan. Selain itu, penerapan program laku pandai juga dilakukan guna menunjang program pembiayaan Paket Masa Depan (PMD). Program PMD adalah sebuah program penyaluran kredit bagi perempuan pra sejahtera produktif. Dalam jangka panjang, program laku pandai akan menjadi media transaksi utama dari program PMD.¹⁰

¹⁰ <https://www.btpn.com/id/tentang/-kami/segmen-usaha/btpn-wow-/informasi-agen>, diakses pada tanggal 10 desember 2017

Meningkatnya jumlah pembiayaan PMD, juga secara otomatis membuat jumlah aktivasi rekening BTPN WOW! iB juga meningkat. Peningkatan jumlah aktivasi ini ternyata tidak serta meningkatkan minat transaksi masyarakat menggunakan BTPN WOW! iB, bahkan minat penggunaan BTPN WOW! iB untuk transaksi masih sangat minim.

Berdasarkan pemaparan ibu Risma selaku petugas lapang program PMD BTPN Syariah Mojokerto bagian wilayah kecamatan Trawas, sosialisasi coba dilakukan dengan mengirim pegawai lapang BTPN Syariah sekaligus sosialisai program PMD hampir ke setiap kecamatan. Sedangkan berdasarkan pemaparan ibu Yulis selaku petugas lapang BTPN Syariah wilayah kecamatan Sooko, masyarakat membuka program laku pandai semata – mata karena menjadi syarat program PMD yang mereka ikuti. Namun setelah melakukan pembukaan rekening laku pandai, masyarakat pasif dalam bertransaksi bahkan sebagian besar tidak menggunakan lagi.

Kurangnya minat masyarakat ini merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti. Karena jika melihat tujuan dari program laku pandai sendiri adalah untuk mempermudah akses masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan terhadap transaksi keuangan yang aman dan efesien. Selain itu, diwajibkannya aktivasi BTPN WOW! iB ini sebagai media transaksi utama program PMD.

Terdapat banyak penyebab yang bisa menjadi alasan kenapa masyarakat khususnya penerima PMD ini enggan menggunakan BTPN WOW iB sebagai media transaksi. Bisa dikarenakan faktor individu (internal) atau

juga dari faktor eksternal (Stimulus). Dalam penelitian kali ini, peneliti ingin mengetahui penyebab eksternal yang mempengaruhi enggan penerima PMD enggan bertransaksi menggunakan media BTPN WOW! iB. Faktor eksternal yang dimaksud peneliti adalah dari segi penawaran atau dari segi produsen. Hal ini dikarenakan BTPN WOW! iB adalah produk baru, dimana keberhasilan sebuah produk baru diterima dipasaran adalah pemasaran yang tepat. Oleh sebab itu, penelitian ini fokus untuk menentukan penyebab rendahnya minat masyarakat bertransaksi dengan BTPN WOW! iB dengan dilihat dari stimulus pemasarannya. Bauran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dengan sejumlah indikator yang sudah dipertimbangkan.

Penelitian kali ini, peneliti mengambil populasi di 3 kecamatan di kabupaten Sidoarjo yang berada di perbatasan wilayah dan tidak terdapat perbankan syariah di kecamatan tersebut. Sedangkan di wilayah kabupaten Mojokerto, peneliti mengambil populasi 2 kecamatan di wilayah perbatasan yang juga tidak terdapat perbankan syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “FAKTOR-FAKTOR STIMULUS PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI RENDAHNYA MINAT MASYARAKAT BERTRANSAKSI DENGAN PROGRAM LAKU PANDAI BANK SYARIAH”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor stimulus pemasaran apa saja yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat bertransaksi melalui laku pandai di BTPN Syariah Mojokerto?
2. Faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi rendahnya minat masyarakat bertransaksi melalui laku pandai di BTPN Syariah Mojokerto?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor stimulus pemasaran yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat bertransaksi dengan laku pandai di Bank Syariah, khususnya di bank BTPN Syariah Mojokerto.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi rendahnya minat masyarakat dengan laku pandai di bank syariah, khususnya di bank BTPN Syariah Mojokerto.

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kontribusi pemikiran di bidang keilmuan yang mencakup tentang program laku pandai di bank syariah serta faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap program laku pandai di bank syariah itu sendiri.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi OJK dalam menilai efektivitas program laku pandai sebagai solusi program keuangan inklusif.

3. Sebagai bahan evaluasi bagi pihak perbankan syariah khususnya pihak bank BTPN Syariah Mojokerto dalam upaya pengoptimalan peluang dari program laku pandai.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian dan penelusuran yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa skripsi yang berhubungan atau memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, tetapi ada sejumlah perbedaan mendasar yang menjadi pembeda dalam skripsi yang dilakukan peneliti. Skripsi terdahulu tersebut adalah :

1. Skripsi tentang “Analisis Kebijakan *Branchless Banking* di Perbankan Syariah dalam Mencapai *Financial Inclusion* (Studi Kasus BCA Syariah Cabang Yogyakarta)” yang ditulis oleh Norma Azurah dari program studi muamalat, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang sejauh mana dan seperti apa peran *branchless banking* di perbankan syariah dalam pencapaian keuangan inklusif.
2. Skripsi tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah pada bank syariah (Studi kasus bank syariah metro madani)” yang ditulis oleh Neti Tunggal Dewi Lestari Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Metro pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk-produk bank syariah itu sendiri.

3. Skripsi tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bertransaksi melalui *branchless banking* bank syariah (Studi Kasus BTPN Syariah Yogyakarta)” yang ditulis oleh Suci Monika Dwi Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi tingginya minat masyarakat terhadap *branchless banking* bank syariah.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada objek dan subjeknya. Jika penelitian sebelumnya membahas tentang peran *branchless banking* bank syariah serta keputusan masyarakat menggunakan bank syariah, maka penelitian yang sedang dilakukan peneliti adalah mengetahui faktor-faktor yang mendasari rendahnya minat masyarakat menggunakan *branchless banking* pada bank syariah khususnya BTPN Syariah di kawasan Mojokerto.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini akan dibahas tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Teori yang akan digunakan meliputi : Perbankan syariah (Pengertian, fungsi, tugas dan kewajiban), Perilaku konsumen (Pengertian, perilaku konsumen, dan

faktor penentu pengambilan keputusan konsumen), dan program laku pandai (Pengertian, jenis layanan, akad yang digunakan, serta sistem yang diterapkan).

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini peneliti akan membahas secara keseluruhan metode yang akan digunakan oleh peneliti selama penelitian. Hal-hal yang dicantumkan dalam bab ini meliputi : jenis penelitian, populasi, variabel operasional, sampel, skala pengukuran, pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini, peneliti menyajikan deskripsi hasil penelitian yang dilakukan secara jelas dan terperinci. Hasil penelitian ini berisikan jawaban dari rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bab V : Penutup

Penutup berisikan hasil akhir dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian.