

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah merupakan instrument penting dalam memperlancar jalannya pembangunan perekonomian suatu bangsa. Saat ini perbankan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil (*share based financing*) dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

Sejauh ini perkembangan ekonomi syariah di Indonesia pertama Bank Muamalat kemudian diikuti Bank Syariah lainnya, selain lembaga keuangan bank, ada juga lembaga keuangan yang bersifat *non-bank* yang mengaplikasi system perekonomian syariah, seperti pegadaian, asuransi syariah, bahkan lembaga keuangan mikro syariah juga tumbuh.¹ Lembaga keuangan syariah merupakan instrument penting dalam memperlancar jalannya pembangunan perekonomian suatu bangsa. Saat ini perbankan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi

¹ Zainnudin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika. 2008), 8.

dan di tangani oleh Bank Syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Terwujudnya sistem perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil (*share based financing*) dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat. Sejauh ini perkembangan ekonomi syariah di Indonesia pertama Bank Muamalat kemudian diikuti bank syariah lainnya, selain lembaga keuangan bank, ada juga lembaga keuangan yang bersifat *non-bank* yang mengaplikasi system perekonomian syariah, seperti pegadaian, asuransi syariah, bahkan lembaga keuangan mikro syariah juga tumbuh.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Bank adalah badan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dengan bentuk pinjaman dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Sebagai salah satu langkah dalam menerapkan prinsip tata kelola yang baik, bank perlu menyusun menetapkan sasaran strategis yang dijabarkan dalam rencana bisnis bank atau dikenal dengan RBB (Rencana Bisnis Bank), sebagai landasan dan acuan untuk melaksanakan kegiatan operasional sesuai visi dan misi bank.³

Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkonsumsikan setiap produk yang mereka tawarkan yaitu membutuhkan strategi pemasaran. Hal ini

² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Penanda Media, 2004), 9.

³ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 45.

dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya. Banyak bank menawarkan produk tabungan, baik produk baru atau suatu pengembangan dari produk lama. Diantara mereka ada yang gagal dan tidak sukses dalam merebut kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan karena pasar pembeli yang selalu berubah rubah, sehingga perlu diterapkan strategi pemasaran yang tepat.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.⁴

Dalam suatu perusahaan/Bank Syariah selalu membutuhkan konsep pemasaran yaitu beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif dari pada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang di pilih dalam memasarkan produk yang ada dalam suatu perusahaan atau Bank Syariah. Perusahaan-perusahaan yang menganut konsep pemasaran akan mencapai kinerja yang lebih baik.

⁴ *Ibid.*, 7.

Pemasaran (bahasa Inggris: *marketing*) adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Contohnya, seorang manusia membutuhkan air dalam memenuhi kebutuhan dahaganya. Jika ada segelas air maka kebutuhan dahaganya akan terpenuhi. Namun manusia tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya namun juga ingin memenuhi keinginannya yaitu misalnya segelas air merek Aqua yang bersih dan mudah dibawa. Maka manusia ini memilih Aqua botol yang sesuai dengan kebutuhan dalam dahaga dan sesuai dengan keinginannya yang juga mudah dibawa. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*).⁵

Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Pemasaran juga bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai

⁵ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan; Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 12.

dengan pihak lain.⁶ Islam memrintahkan umat manusia bertebaran untuk meraih karunia Allah SWT, yaitu mencari suatu manfaat ataupun memberikan manfaat bagi orang lain yang dimaknai dengan bersosialisasi, bersilaturahmi, berniaga, dan melakukan aktivitas bisnis lain dalam rangka kebahagiaan dunia dan akhirat, yaitu berupa ridha Allah SWT.

Kegiatan dan objek pemasaran yang terkait dengan penciptaan, penawaran, dan pertukaran bertujuan untuk kemaslahatan dan tidak menimbulkan kerusakan atau merugikan siapapun sesuai tuntunan Al-qur'an dan Hadist. Bertebaranlah membawa barang produksi, ilmu dan nilai yang bermanfaat agar berguna bagi kehidupan alam semesta.⁷

Kemudahan bertransaksi tanpa harus datang ke kantor bank membuat minat masyarakat semakin besar untuk ikut serta dalam program Laku Pandai ini. Saat ini, sudah ada 17 bank yang mendaftarkan izin membuka layanan yang kerap disebut branchless banking ini ke OJK. OJK menyebutkan untuk tahap awal ini ada 4 bank besar yang ikut program. Ke-4 bank besar tersebut: Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Central Asia (BCA) dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) yang sudah mempunyai izin dan sudah memulai layanan bank tanpa kantor ini.

Dari 4 bank tersebut, ditargetkan akan direkrut sekitar 128.039 agen selama periode 2015. OJK juga segera mengeluarkan izin 3 bank lagi, yaitu: Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Tabungan Negara (BTN), dan Bank Danamon. Kedepannya agen Laku Pandai diharapkan mencapai 350 ribu, yang

⁶ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Strategi Bisnis Bank Syariah...*, 120.

⁷ *Ibid.*, 121.

tersebar 75% di seluruh wilayah Indonesia. Sehingga peluang masyarakat untuk membuat bank di rumah atau tempat usaha masih terbuka lebar.

Laku Pandai adalah program penyediaan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya melalui kerjasama pihak lain (agen bank) dan di dukung izin dengan penggunaan sarana teknologi informasi, BRI Syariah memberikan layanan ini BRI SMART (Sarana Menghadirkan Bank Syariah Terdekat), dimana masyarakat yang belum memiliki tabungan atau terkendala jarak jauh dari kantor cabang dapat memanfaatkan layanan BRI SMART dengan mendatangi agen teman BRI SMART.⁸

Setiap teman BRIS akan diberi aplikasi BRI SMART di handphone mereka masing-masing melalui aplikasi itu mereka bisa menerima pembukaan rekening baru tabungan cerdas. Ini merupakan tabungan yang memberikan kemudahan.

Karena agen Laku Pandai merupakan kepanjangan tangan bank, maka masyarakat tidak perlu lagi datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Dengan adanya agen Laku Pandai di tengah masyarakat, diharapkan minat masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan menjadi semakin tinggi. Sehingga nantinya layanan perbankan lebih mudah diakses dan bank lebih mudah memberikan edukasi masyarakat terhadap transaksi non tunai. Kemudahan bertransaksi tanpa harus datang ke kantor bank membuat minat masyarakat semakin besar untuk ikut serta dalam program Laku Pandai ini. Saat ini, sudah ada 17 bank yang mendaftarkan izin membuka layanan yang

⁸ <https://www.cermati.com/artikel/cara-menjadi-agen-bank-program-laku-pandai>

kerap disebut branchless banking ini ke OJK. OJK menyebutkan untuk tahap awal ini ada 4 bank besar yang ikut program. Ke-4 bank besar tersebut: Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Central Asia (BCA) dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) yang sudah mempunyai izin dan sudah memulai layanan bank tanpa kantor ini.

Layanan Keuangan tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai) diterbitkan pada tanggal 18 Nopember 2014. Dimana didalamnya terdiri dari agen dari pihak perorangan atau badan hukum yang bekerjasama dengan Bank penyelenggara Laku Pandai dan menjadi kepanjangan tangan bank untuk menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya sesuai yang diperjanjikan kepada masyarakat dalam rangka keuangan inklusif.⁹

Agen dalam Laku Pandai secara perorangan merupakan penduduk setempat, memiliki kegiatan di lokasi sebagai sumber penghasilan utama dan memiliki kemampuan kredibilitas, reputasi dan integritas. Sementara yang berbadan hukum Indonesia yang diperkenankan melakukan kegiatan di bidang keuangan atau memiliki *retail outlet*, memiliki kegiatan usaha di lokasi, memiliki teknologi informasi yang memadai dan memiliki reputasi, kredibilitas, dan kinerja yang baik.

Beberapa contoh agen perorangan yang sudah dilakukan oleh Laku Pandai antara lain guru, pensiunan, kepala adat, pemilik warung, atau pimpinan pemilik perusahaan tidak berbadan hukum seperti CV atau Firma. Sementara

⁹ *Ibid.*, 22

agen berbadan hukum antara lain perseroan terbatas, perusahaan daerah dan koperasi.

Dengan demikian maka penulis ingin meneliti untuk dijadikan judul skripsi yang berjudul: **Analisa Efektivitas Keagenan Laku Pandai BRI Smart dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah BRI syariah (Studi Kasus BRI Syariah Bangkalan)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana analisa efektivitas keagenan laku pandai BRI Smart dalam meningkatkan jumlah nasabah Bri syariah?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan memahami Analisa Efektivitas keagenan laku pandai BRI Smart dalam meningkatkan jumlah nasabah BRI Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Jika tujuan penelitian ini dapat tercapai, maka diharapkan mempunyai manfaat Bagi mahasiswa sebagai referensi penelitian selanjutnya

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan ilmu dan pengetahuan lebih lanjut.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dalam melaksanakan penelitian sekaligus merupakan suatu latihan penulisan ilmiah dalam menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

3. Bagi masyarakat ataupun pihak yang terkait adalah sebagai masukan mengenai Analisa Efektivitas keagenan laku pandai BRI Smart dalam meningkatkan jumlah nasabah BRI syariah.

E. Kajian Pustaka

Dalam rangka pencapaian hasil penulisan skripsi yang maksimal, diperlukan adanya kajian pustaka, namun dalam penelitian ini tidak terdapat hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

F. Sistematika Pembahasan

Urutan Sistematika pembahasan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam penulisan skripsi yang berjudul Analisa Efektivitas keagenan laku pandai Bri Smart dalam meningkatkan jumlah nasabah BRI Syariah Bangkalan, ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang pada garis besarnya sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan. ada bab ini diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

Bab II: Landasan Teori. Pada bab ini memuat penjelasan mengenai penjelasan tentang teori efektivitas, pemasaran, pelayanan dan Keagenan

Bab III: Metode Penelitian. Dalam bab ini akan menguraikan tentang jenis **penelitian**, objek dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan. Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang temuan dilapangan terkait dengan Efektivitas Keagenan Laku Pandai BRI Smart dalam meningkatkan jumlah Nasabah BRI Syariah

Bab V: Penutup. Memuat tentang kesimpulan dan saran.