Empat Strategi Perbankan Memenangkan Persaingan

Persaingan bank dari waktu ke waktu makin ketat. Bagaimana bank memanfaatkan dana* Corporate Social Responsibility *(CSR) sebagai alat untuk memenangkan persaingan? Bagaimana menyiapkan bank agar mampu bertahan dari serbuan pesaing?

Penulis : **Sutawi**

SEBAGAIMANA DIATUR DAdalam UU No. 10/1998 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Pada pengertian tersebut terkandung makna bahwa jumlah dana yang berhasil dihimpun dan disalurkan oleh perbankan kepada masyarakat mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat. Semakin banyak dana yang dihimpun dan disalurkan oleh perbankan, berarti tingkat kesejahteraan masyarakat semakin baik. Sebaliknya, semakin sedikit dana yang dihimpun dan disalurkan oleh perbankan, berarti tingkat kesejahteraan masyarakat kurang baik.

" Di Indonesia, minat masyarakat untuk menyimpan dana di bank tergolong rendah. Rendahnya perputaran dana masyarakat melalui perbankan berdampak pada rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan masih besarnya angka kemiskinan di Indonesia."

Kredit UKM, prosedur sesuai standar.

Di Indonesia, minat masyarakat untuk menyimpan dana di bank tergolong rendah. Rendahnya perputaran dana masyarakat melalui perbankan berdampak pada rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan masih besarnya angka kemiskinan di Indonesia. Menurut data Pemerintah, sampai akhir 2006 angka kemiskinan masih sebesar 39,10 juta (17,75%) dari jumlah penduduk. Di perdesaan jumlah penduduk miskin mencapai 24,76 juta (21,90%), hampir dua kali lipat dibandingkan angka kemiskinan di perkotaan sebesar 14,29 juta (13,36%).

Rendahnya minat masyarakat pada perbankan, baik dalam bentuk penyimpanan maupun peminjaman dana dapat disebabkan oleh beberapa faktor. **Pertama,** tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah. Data Bappenas 2006 menunjukkan pendapatan penduduk Indonesia hanya sebesar US$ 1.660/kapita/tahun (dengan kurs Rp 9.300/US$ setara dengan Rp 1.286.500/bulan). Sejalan dengan kenaikan harga BBM sebesar 90% pada 1 Oktober 2005 dan 50% pada 1 Juni 2008, sebagian besar bahkan seluruh pendapatan masyarakat habis untuk keperluan konsumsi, sehingga hampir tidak ada sisa dana yang dapat dijadikan tabungan maupun investasi.

Kedua, lokasi perbankan yang terkonsentrasi di perkotaan. Hal ini menjadi kendala bagi penduduk perdesaan untuk menjangkau pelayanan perbankan. Padahal, sebagian terbesar penduduk Indonesia bertempat tinggal di perdesaan. Hasil survei di Bank Mandiri Surabaya tahun 2006 menunjukkan 20% responden menyatakan alasan menabung di bank karena lokasi yang mudah dijangkau. Survei serupa di Bank BTN Malang tahun 2006 menunjukkan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank.

Ketiga, pelayanan perbankan yang cenderung berpihak pada kepentingan orang kaya. Berbagai fasilitas layanan perbankan seperti ATM, *phone (mobile) banking, internet banking,* kartu kredit, dan sejenisnya, di satu sisi memang memberi kemudahan bagi konsumen, terutama bagi nasabah kaya. Di sisi lain, fasilitas tersebut merupakan masalah bagi konsumen yang berpendapatan rendah. Padahal, konsumen per-

bankan golongan terakhir ini cukup banyak jumlahnya. Hasil survei di Bank Mandiri Surabaya menunjukkan 20% nasabah tabungan berpendapatan kurang dari Rp 3 juta/bulan, sedangkan di Bank BTN Malang sebanyak 54,61% berpendapatan kurang dari Rp 1,5 juta/bulan.

Keempat, pengetahuan masyarakat Tentang perbankan yang masih kurang, seperti jenis-jenis bank, fungsi bank, produk-produk perbankan, fasilitas perbankan, manfaat menabung, prosedur peminjaman, dan sebagainya. Kondisi ini berkaitan erat dengan tingkat pendidikan masyarakat yang umumnya masih rendah. Hasil survei di Bank Mandiri Surabaya tahun 2006 menunjukkan sebanyak 25% nasabah berpendidikan SMA ke bawah, sementara di Bank BTN Malang 40,04% berpendidikan SMP ke bawah. Secara nasional, data BPS tahun 2006 menunjukkan sebanyak 7,43% penduduk tidak bersekolah, 52,44% berpendidikan SD, 17,56% berpendidikan SMP, sedangkan yang berpendidikan SMA ke atas hanya 22,56%.

Kelima, pelayanan perbankan kurang optimal. *Survei Marketing Research* Indonesia menyimpulkan kinerja pelayanan empat bank Pemerintah yaitu BNI, BRI, Bank Mandiri, dan BTN memperoleh skor 77,85%, bank swasta sedikit lebih baik yaitu 77,90%, sedangkan bank asing lebih rendah yaitu 74,70%. Khusus berkaitan dengan pelayanan peminjaman, beberapa survei pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menyatakan prosedur kredit perbankan sangat rumit. Karena itu, mereka lebih suka mencari modal dari "bank keliling" (rentenir) yang dapat melayani mereka dengan cepat dan mudah meskipun tidak murah. Sebuah survei di perdesaan tahun 2006 NTB menemukan fakta bahwa ketergantungan petani terhadap "bank keliling" cukup tinggi meskipun beban bunga yang ditanggung mencapai 80%/tahun.

Keenam, sifat eksklusif perbankan, dalam arti semakin besar sebuah bank semakin pasif mencari dan mengunjungi konsumen, terutama UMKM. Sebaliknya, justru konsumen yang harus mendatangi bank. Padahal, jika ditilik dari sejarahnya hampir semua bank Pemerintah bertumbuh dan berkembang dengan cara bermitra dengan UMKM. Jumlah UMKM yang saat ini mencapai mencapai 44,7 juta unit atau sekitar 99,90% dari seluruh unit usaha di Indonesia merupakan pangsa pasar yang sangat besar bagi berbagai produk perbankan.

Dengan memperhatikan keenam permasalahan tersebut, maka diperlukan strategi-strategi tertentu untuk meningkatkan minat masyarakat pada perbankan, baik dalam bentuk penyimpanan maupun peminjaman dana. Strategi adalah cara taktis dan sistematis mencapai tujuan-tujuan suatu usaha. Ada empat strategi yang dapat dilaksanakan oleh perbankan untuk meningkatkan minat masyarakat pada perbankan, sekaligus untuk memenangkan persaingan perbankan yang semakin ketat.

Strategi **pertama,** mengoperasikan Unit Bank Keliling (UBK). UBK merupakan unit pelayanan bank kepada konsumen dengan mengoperasikan sebuah mobil yang dilengkapi berbagai fasilitas yang memungkinkan konsumen melakukan berbagai transaksi perbankan. UBK merupakan fasilitas perbankan yang dapat menjangkau konsumen yang berlokasi jauh dari kantor bank, utamanya yang bertempat tinggal di perdesaan. UBK dioperasikan secara berkeliling dengan jadwal waktu tertentu dan dipusatkan pada pusat-pusat perekonomian di perdesaan, seperti pasar, KUD, sentra industri perdesaan, dan sebagainya. Jenis pelayanan "jemput bola" semacam ini telah banyak dilakukan pada berbagai sektor pelayanan publik, seperti Pos Keliling, Puskesmas Keliling, Perpustakaan Keliling, SIM Keliling, Samsat Keliling, dan sebagainya.

Pengoperasian UBK memiliki banyak manfaat. **Pertama,** UBK merupakan sarana menggali potensi ekonomi perdesaan. Data BRI tahun 2002 menunjukkan dari sejumlah tabungan setara US$ 2.533 juta, sebanyak US$ 1.824 juta (72%) berasal dari Simpanan Pedesaan, sedangkan Simpanan Perkotaan hanya US$ 303 juta (12%), Giro dan lainnya US$ 406 juta (16%). Sayangnya, potensi ekonomi perdesaan ini sebagian besar digunakan untuk membangun perkotaan, sehingga perkembangan ekonomi perdesaan jauh tertinggal dibandingkan perkotaan. Jika potensi ekonomi perdesaan yang demikian besar ini digunakan kembali untuk membangun perdesaan, maka kemiskinan di perdesaan dapat dikurangi dan urbanisasi dapat dicegah.

Salah satu contoh sukses pengelolaan potensi ekonomi perdesaan adalah Grameen Bank (Bank Perdesaan) di Bangladesh. Dengan manajemen proaktif mengunjungi konsumen, Grameen Bank memberi kredit bebas agunan untuk mata pencaharian, perumahan, sekolah, dan usaha mikro dan menawarkan setumpuk program tabungan yang atraktif, dana pensiun, dan asuransi untuk anggotanya. Saat ini Grameen Bank memberi kredit ke hampir 7 juta orang miskin di 73.000 desa di Bangladesh, 97% diantaranya perempuan. Secara akumulatif Grameen Bank telah memberi kredit sebesar sekitar US$ 6 miliar dengan tingkat pengembaliannya 99%. Secara rutin Grameen Bank membukukan laba. Secara finansial Grameen Bank mandiri dan tidak lagi menerima donor sejak tahun 1995. Deposito dan dana milik Grameen Bank saat ini berjumlah 143% dari seluruh pinjaman berjalan. Menurut survei internal Grameen Bank, 58% peminjam telah terangkat dari garis kemiskinan.

Kedua, UBK dapat dijadikan sebagai sarana pendidikan, pelatihan, dan penyuluhan tentang perbankan bagi berbagai kelompok masyarakat,

" Pelayanan perbankan kurang optimal.* Survei Marketing Research *Indonesia menyimpulkan kinerja pelayanan empat bank Pemerintah yaitu BNI, BRI, Bank Mandiri, dan BTN memperoleh skor 77,85%, bank swasta sedikit lebih baik yaitu 77,90%, sedangkan bank asing lebih rendah yaitu 74,70%."

seperti pelajar, mahasiswa, santri, kelompok tani, anggota PKK, karang taruna, dan sebagainya. Tujuannya meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat pada perbankan. **Ketiga,** UBK merupakan jembatan penghubung antara bank dengan konsumen, dan sarana perbankan untuk "jemput bola" kepada calon konsumen yang belum tersentuh oleh pelayanan perbankan. **Keempat,** UBK sebagai sarana membangun kemitraan dengan masyarakat perdesaan. Dengan adanya UBK, maka hubungan bank dengan masyarakat tidak lagi seperti produsen dengan konsumen, melainkan sebagai mitra sejajar yang saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Strategi **kedua,** melibatkan Perguruan Tinggi (PT) dan Lembaga *Business Development Service Provider* (BDSP) dalam menyalurkan perkreditan. Keterlibatan PT dan BDSP dalam penyaluran kredit perbankan mencakup berbagai kegiatan mulai pendataan UKM, proses pengajuan kredit, pembinaan UKM, sampai monitoring angsuran pinjaman. Strategi ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan. **Pertama,** KBI Malang mengkoordinasi kegiatan pelatihan dan pemagangan bagi calon tenaga Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) yang berasal dari PT maupun BDSP. Setelah mengikuti pelatihan tentang pengetahuan perbankan dan manajemen perkreditan, calon tenaga KKMB dimagangkan di beberapa bank untuk melakukan praktek penyaluran kredit. **Kedua,** melakukan pendataan UKM di sekitar kampus maupun kantor BDSP.

Dari hasil pendataan diketahui jumlah, jenis usaha, lokasi, dan permasalahan yang dihadapi UKM. **Ketiga,** KKMB dari PT dan BDSP melakukan sosialisasi tentang jenis-jenis dan persyaratan yang diperlukan UKM untuk mendapatkan kredit perbankan. **Keempat,** KKMB membantu UKM dalam mengajukan kredit kepada perbankan. Jenis bantuan yang diberikan berupa pengisian dan pengantaran berkas-berkas pengajuan kredit perbankan. **Kelima,** KKMB melakukan pembinaan UKM mengenai manajemen usaha, meliputi manajemen produksi, pemasaran, keuangan, sumberdaya manusia, perpajakan, dan kerjasama usaha. **Keenam,** KKMB membantu bank dalam melakukan monitoring pembayaran kredit yang telah diterima oleh UKM.

Perbankan, persaingan ketat.

Strategi **ketiga,** menggandeng Notaris/PPAT dalam proses sertifikasi agunan. Berdasarkan hasil survei PT dan BDSP di Malang diketahui bahwa salah satu kendala utama UKM dalam memenuhi persyaratan perkreditan adalah ketidakmilikan agunan yang dapat diterima oleh bank *(bankable)*, utamanya berupa sertifikat hak milik (SHM) atas tanah dan bangunan. Kendala ini dapat diatasi dengan melibatkan Notaris/PPAT dalam proses sertifikasi agunan. Bagi UKM yang dinilai memiliki usaha yang layak dibiayai kredit tetapi tidak memiliki agunan SHM, maka bersamaan dengan proses realisasi kredit, surat tanah diproses sertifikasinya oleh Notaris/PPAT dengan biaya yang diambilkan dari sebagian kredit yang diterima oleh UKM. Dengan cara demikian, pada pengajuan kredit berikutnya, UKM sudah memiliki jaminan yang diterima oleh bank.

Strategi **keempat,** memanfaatkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan). Survei Suprapto tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 (44%) perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR. Sesuai pasal 27 UU RI No. 40/2007 Tentang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Melalui kerjasama dengan perusahaan, dana CSR dari perseroaan dapat ditampung oleh perbankan dan disalurkan kepada UKM dengan prosedur sesuai standar penyaluran kredit, tetapi dengan tingkat bunga kredit yang jauh lebih murah dibandingkan kredit umum perbankan. Berdasarkan kesepakatan antara pihak perseroan dengan bank, tingkat bunga kredit bahkan bisa ditekan sampai hanya 1-2% untuk biaya operasional penyaluran kredit CSR, sedangkan dana CSR itu sendiri tidak mengharapkan keuntungan berupa bunga bank. Dalam keadaan resesi perekonomian dunia saat ini, kredit dana CSR dengan bunga rendah tentu akan berpengaruh secara signifikan dalam memulihkan perekonomian.■

Penulis adalah Dosen Universitas Muhammadiyah Malang dan Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) di Malang

Daftar Pustaka.

Bank Indonesia. 2004. *Bank Indonesia, Bank Sentral Republik Indonesia*, Sebuah Pengantar. Editor Perry Warjiyo. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, Bank Indonesia. Jakarta.

Bank Indonesia. 2005. *Laporan Perekonomian Indonesia 2005*. Bank Indonesia, Jakarta.

Dharmayanti, Diah. 2006. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan sebagai Moderating Variable terhadap Loyalitas Nasabah* (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, No.1, April 2006: 35-43.

Hahad, Muliawan D., Dosu Blasyus, Herawanto, Indradjaja, M. Muklas, dan Yulianti Kusumastuti. *Kajian Peta Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Biro Stabilitas Sistem Keuangan. Bank Indonesia. Jakarta.

Kapanlagi.com. 2008. *Pemerintah Target Pendapatan Per Kapita US$ 6.600*. http://www.kapanlagi.com. Diakses tanggal 12 Agustus 2008.

Kemeneg PPN/Bappenas. 2006. *Berjuang Membangun Kembali Indonesia*, Laporan Kinerja Dua Tahun Pemerintahan SBY-JK Oktober 2004-Oktober 2006. Kementerian Negara PPN/Bappenas. Jakarta.

Mulyanto. 2006. *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Faktor Personalitas Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Produk Tabungan pada PT BTN (Persero) Cabang Malang*. Tesis Program Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.

Rujito dan Muhamad Nazirwan. 2003. *Understanding Their Needs & Wants: The Key for Building a Successful and Sustainable Microfinance for the Poor*. The paper presented at Nangyang Business School on February 14th 2003.

Suprapto. 2006. *Pola Tanggungjawab Sosial Perusahaan Lokal di Jakarta*. Jurnal Filantropi dan Masyarakat Madani, Vol. 1 No.2.

Supriatna, Ade. 2006. *Aksesibilitas Petani Kecil pada Sumber Kredit Pertanian di Tingkat Desa:* Studi Kasus Petani Padi di Nusa Tenggara Barat. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian. Bogor.

Yunus, Muhammad. *Bank Kaum Miskin*. 2007. Marjin Kiri. Jakarta.