

**OPTIMALISASI PEMASARAN BANK
MELALUI PRODUK FINTECH DAN LAKU PANDAI
(STUDI KASUS PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TBK KANTOR CABANG UGM)**

RINGKASAN LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Mutiara Ghaitsa Zahira Shofa

2120 31232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
DESEMBER 2023**

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

OPTIMALISASI PEMASARAN BANK MELALUI PRODUK FINTECH DAN LAKU PANDAI (STUDI KASUS PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TBK KANTOR CABANG UGM)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUTIARA GHAITSA ZAHIRA SHOFA

Nomor Induk Mahasiswa: 212031232

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 5 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Penguji

Miswanto, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 5 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Alat pembayaran digital telah menjadi tulang punggung ekosistem keuangan modern, dengan *Financial Technology* (Fintech) menjadi pionir dalam mengubah lanskap ini. Salah satu inovasi terkini dalam alat pembayaran digital adalah QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) dan mesin EDC (*Electronic Data Capture*). QRIS memberikan solusi yang efisien dan inklusif dalam proses pembayaran, sementara mesin EDC memfasilitasi transaksi elektronik di berbagai titik penjualan. Fenomena di Indonesia saat ini mengenai sulitnya Fintech berkembang dan dipasarkan dikarenakan masalah infrastruktur, kesadaran masyarakat terhadap teknologi digital yang masih kurang, dan jaminan keamanan produk. Mengatasi permasalahan tersebut, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus mengoptimalkan dan mengimplementasikan teknologi dengan membuat alat pembayaran yang mudah diakses dan digunakan.

Inklusi keuangan atau sistem keuangan inklusif juga telah menjadi salah satu agenda global yang penting untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan dikembangkannya program Laku Pandai menunjukkan keseriusan pemerintahan Indonesia untuk membuka akses keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan berbagai kalangan masyarakat. Kontribusi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk terhadap program Laku Pandai adalah menghadirkan Agen46. Kenyataannya dalam meningkatkan efisiensi penjualan produk terhadap inovasi dan layanan produk masih belum dilakukan secara maksimal. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk secara proaktif harus melibatkan masyarakat dan pelaku usaha agar Laku Pandai dapat berdampak secara nyata.

Kata kunci: Financial Technology, Laku Pandai, Pemasaran Bank.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

Digital payment tools have become the backbone of the modern financial ecosystem, with Financial Technology (Fintech) pioneering in transforming this landscape. One of the latest innovations in digital payment tools is QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) and EDC (Electronic Data Capture) machines. QRIS provides an efficient and inclusive solution in the payment process, while EDC machines facilitate electronic transactions at various points of sale. The current phenomenon in Indonesia regarding how difficult it is for Fintech to develop and be marketed is due to infrastructure issues, lack of public awareness of digital technology, and product security guarantees. To solve these problems, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk must optimize and implement technology by making payment tools that are easy to access and use.

Financial inclusion, or an inclusive financial system, has also become one of the essential global agendas for sustainable economic growth. The development of the Laku Pandai program shows the seriousness of the Indonesian government's desire to open access to finance so as to improve the welfare of various communities. The contribution of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk to the Laku Pandai program is to present Agen46. In fact, increasing the efficiency of product sales towards product innovation and services is still not done optimally. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk should proactively involve the community and business actors so that Laku Pandai can have a real impact.

Keywords: *Financial Technology, Laku Pandai, Bank Marketing.*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ISI

1.1 Latar Belakang

Transaksi keuangan telah menjadi bagian penting dari kemajuan ekonomi suatu negara. Kelancaran mekanisme transaksi keuangan atau sistem pembayaran sangat mempengaruhi seberapa efektif dan lancar perekonomian suatu negara (Bank Indonesia, 2011). Sistem pembiayaan telah berkembang dengan cepat sebagai hasil dari globalisasi dan kemajuan teknologi, mendorong pengembangan alat pembayaran yang semakin mudah, aman, dan efisien untuk digunakan. Kegiatan transaksi menggunakan uang tunai lebih mudah digunakan karena cukup praktis, namun kemajuan ekonomi dan teknologi membuat penggunaannya dianggap tidak efisien. Membawa dan mentransaksikan uang tunai dalam jumlah yang banyak dianggap menyulitkan dan tidak lagi aman (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Mengatasi permasalahan tersebut, berbagai jenis alat pembayaran nontunai telah diciptakan oleh Bank Indonesia, termasuk uang elektronik (*card based* dan *server based*) dan metode pembayaran digital menggunakan QR Code. Pertumbuhan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), meliputi bank dan nonbank turut memengaruhi kemajuan metode pembayaran dengan menciptakan QR Codenya sendiri, yang kemudian diatasi dengan pengenalan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) oleh Bank Indonesia.

Transformasi dunia perbankan ke konsep “*branchless banking*” atau perbankan tanpa cabang fisik, sebagai jawaban dari perubahan perilaku nasabah yang semakin condong ke arah transaksi nontunai dan pengelolaan keuangan melalui perangkat digital, memunculkan tantangan baru yang memerlukan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemahaman teknologi dan keterampilan layanan pelanggan yang optimal dalam lingkungan digital. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebagai bagian dari strategi transformasi digital, berupaya mewujudkan konsep “*branchless banking*” dengan menghadirkan Agen46. Agen46 BNI berperan sebagai perwakilan bank yang memungkinkan penawaran layanan perbankan yang lebih komprehensif dan mudah diakses kepada nasabah yang tidak dapat dijangkau oleh kantor cabang fisik, serta untuk memperluas cakupan layanan perbankan secara keseluruhan dan mendorong inklusi keuangan di seluruh negeri. Komitmen pada pemberdayaan ekonomi nasional serta berbagai penghargaan dan sertifikasi dalam industri perbankan, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dipilih oleh penulis sebagai tempat menjalankan magang, dengan harapan dapat memahami, mengamati, dan mempelajari lebih rinci mengenai transformasi perbankan dalam menghadapi perubahan teknologi, serta perkembangan layanan sistem pembayaran perbankan yang adaptif dan responsif terhadap dinamika digitalisasi.

1.2 Tujuan Magang

Penulis memiliki beberapa alasan yang diharapkan dapat dicapai saat menjalani magang, di antaranya:

1. Sarana untuk memahami struktur, produk, dan layanan di industri perbankan.
2. Sarana untuk memperoleh pengalaman dan meningkatkan etika di dunia kerja.
3. Sarana untuk membangun hubungan kerja dan peluang karier.
4. Sarana pengembangan *soft skill*.
5. Sebagai sarana pemenuhan syarat kelulusan studi S1 Manajemen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1 Profil Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, sekarang lebih dikenal sebagai BNI, didirikan oleh RM Margono Djojohadikoesomo pada 5 Juli 1946. BNI merupakan bank pertama di Indonesia yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Beberapa bulan setelah pendiriannya, BNI diperuntukan menjadi Bank Sentral, dan pada malam menjelang tanggal 30 Oktober 1946, bank ini mulai mengedarkan alat pembayaran resmi pertama Pemerintah Indonesia, yang dikenal sebagai ORI atau Oeang Republik Indonesia. Status BNI sebagai bank sirkulasi atau bank sentral dicabut oleh Pemerintah, dan menunjuk *De Javasche Bank* sebagai bank sentral pada 1949. BNI kemudian diubah menjadi Bank Komersial milik pemerintah setelah mengalami penambahan modal pada 1955. BNI kemudian diubah menjadi bank komersial milik pemerintah pada 1955 yang berfokus pada pelayanan dan tanggung jawab yang lebih baik untuk sektor usaha nasional.

Pada 2004, BNI mengadopsi identitas baru sebagai simbol perubahan yang lebih baik di masa depan. Sampai akhir tahun 2012, 60% saham BNI dikuasai oleh pemerintah Indonesia, dan 40% lainnya dikuasai oleh individu atau institusi di dalam atau di luar negeri. Saat ini, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk berada di peringkat keempat sebagai bank terbesar di Indonesia berdasarkan total aset, kredit, dan dana pihak ketiga. Dukungan dari anak perusahaan, seperti PT BNI Multifinance, PT BNI Sekuritas, PT BNI Modal Ventura, PT BNI Life Insurance, PT Bank Hibank Indonesia (hibank), dan BNI Remittance Ltd., memungkinkan nasabah mengakses layanan keuangan yang terintegrasi. Pada akhir tahun 2022, total aset BNI mencapai Rp1.029,84 triliun dengan lebih dari 27.170 karyawan dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jaringan layanan kantor mencapai 2.047 *outlet* di seluruh Indonesia, termasuk fasilitas sebanyak 16,125 ATM/CRM dan 226 BNI Digics yang tersebar di berbagai lokasi.

Visi dan Misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

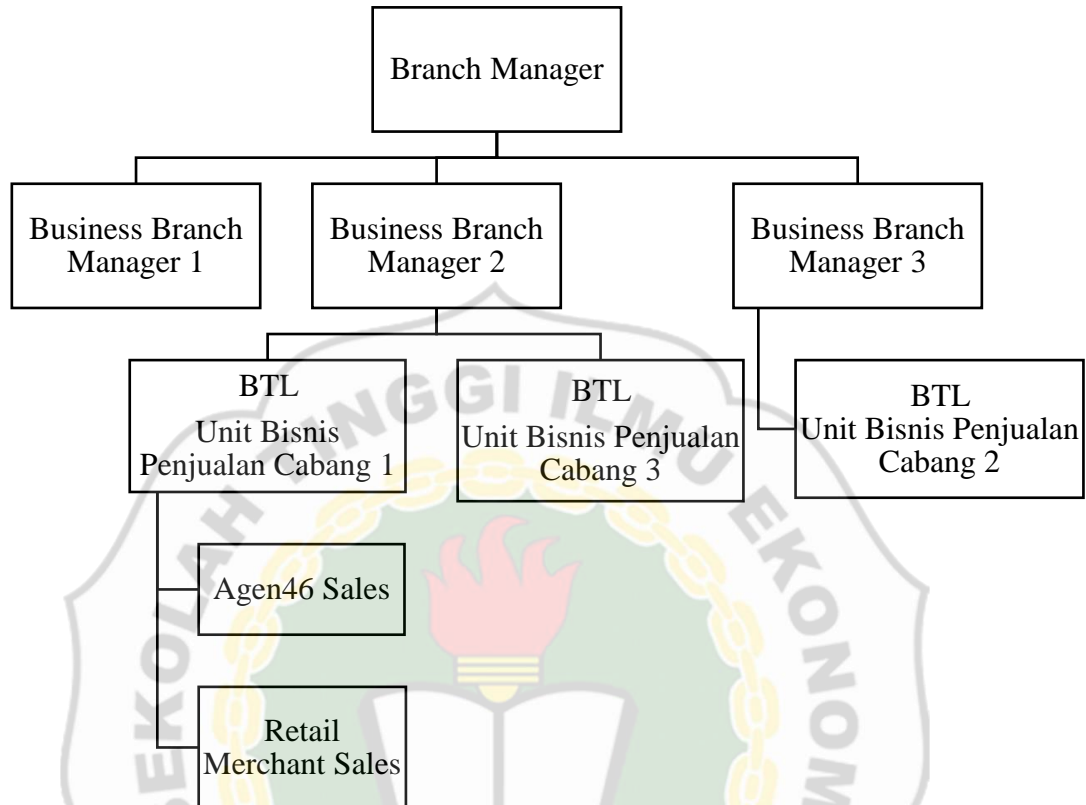
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk memiliki visi “Menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan”, sedangkan misi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk antara lain:

1. Memberi layanan prima dan solusi kepada seluruh nasabah selaku mitra bisnis pilihan utama.
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan mitra bisnis global.
3. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat.
5. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

Struktur Organisasi BNI KC UGM Unit Bisnis Penjualan

Berikut Struktur Organisasi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM unit bisnis penjualan:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 2.1
Struktur Organisasi BNI KC UGM Unit Bisnis Penjualan

2.2 Aktivitas Magang

Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang

Perusahaan : PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KC UGM

Penempatan : Unit Bisnis Penjualan (JUC1)

Alamat : Jalan Persatuan Blok L5, Sinduadi, Mlati, Sleman

Hari Kerja : Senin s.d. Kamis: 08.00 – 17.00 / Jumat: 07.30 – 17.00

Jam Istirahat : Senin s.d. Kamis 12.00 – 13.00 / Jumat: 11.30 – 13.00

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Melakukan Pembuatan *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*

BNI

Pada saat penulis ditugaskan menjadi sales untuk membantu tim RME (*Retail Merchant Sales*), berbagai hal dilakukan mulai dari melengkapi formulir aplikasi merchant QRIS BNI, melakukan *inputing* data nasabah hingga mencetak dan memberikan edukasi penggunaan QRIS kepada nasabah.

2. Melakukan Pengajuan Pemasangan *Electronic Data Capture (EDC)* BNI

Mesin EDC (*Electronic Data Capture*) adalah perangkat yang biasanya tersedia di lokasi-lokasi seperti toko, supermarket, pusat perbelanjaan, hotel, dan sejenisnya untuk melakukan pembayaran. Pada konteks ini, tim RME ditugaskan untuk melakukan akuisisi merchant, dengan syarat calon merchant yang akan diakuisisi telah memenuhi standar yang ditetapkan.

3. Melakukan Pendaftaran Agen46

Tim AGS (*Agen46 Sales*) dalam hal ini difungsikan untuk melakukan aktivitas pra akuisisi keagenan meliputi *mapping* potensi area, melakukan akuisisi selektif BNI Agen46 berkualitas yang memiliki *customer based* dan potensi bisnis, kemudian menyalurkan bantuan sosial berupa PKH (Program Keluarga Harapan) ataupun sembako melalui Agen46.

4. Membuat Surat *Merchant Review Form (MRF)* dan *Call Memo*

Penulis diberikan tugas untuk membantu sales dalam membuat surat *Merchant Review Form* atau MRF dan call memo. MRF dibutuhkan oleh sales untuk melakukan *maintenance* merchant dengan melakukan pergantian data pada

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mesin EDC yang sudah terpasang, sedangkan call memo dibutuhkan oleh sales untuk *approval* pengajuan data yang tidak sesuai persyaratan.

5. Melakukan *Maintenance* Agen46

Maintenance nasabah merupakan proses berkelanjutan yang membantu membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas nasabah, dan memastikan bahwa nasabah merasa dihargai dan diurus dengan baik. Beberapa hal yang dilakukan oleh seorang sales (AGS) untuk melakukan *maintenance* Agen46, seperti membantu Agen46 jika mengalami kendala transaksi, buka blokir Agen46.

6. Membuat Surat Penawaran Kerjasama

Penulis telah diberi tugas untuk merancang sebuah surat tawaran kerjasama terkait dengan mekanisme program dan ringkasan tentang layanan EDC BNI, QRIS, dan Agen46.

7. Mengikuti Rapat

Kegiatan rapat yang sering dilakukan oleh tim AGS dan RME adalah rapat internal. Rapat yang sering diselenggarakan pada unit bisnis penjualan (JUC1) biasanya berkaitan dengan *monitoring* merchant dan juga kinerja keagenan.

8. Melakukan Prospek Calon Nasabah

Kegiatan utama yang dilakukan oleh tim RME dan AGS saat prospek nasabah baru adalah berusaha menawarkan dan meyakinkan berbagai keuntungan menggunakan rekening BNI untuk pembayaran dan pemasangan mesin EDC ataupun menjadi mitra Agen46 kepada calon nasabah sampai mereka tertarik dan setuju untuk menjadi mitra BNI.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

9. Berpartisipasi pada *exhibition* yang diselenggarakan BNI

Pada acara *exhibition*, BNI turut berpartisipasi mendirikan *booth* untuk mempromosikan produk yang dimiliki BNI sesuai dengan tema acara, sambil menyediakan berbagai permainan edukatif dan hadiah menarik di *booth* ini.

10. Melakukan Sosialisasi Pembiayaan

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan guna memperkenalkan dan memberikan wawasan produk pembiayaan merchant dan layanan keagenan serta menggali minat kepada para pedagang di kawasan Taman Wisata Candi Prambanan.

3.1 Fintech (*Financial Technology*)

Pasal 1 Angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, (Bank Indonesia, 2017) mendefinisikan *Financial Technology* (Fintech) ialah implementasi teknologi pada industri keuangan yang hasilkan produk, layanan, stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, keamanan, serta keandalan sistem pembayaran. Sementara itu, seperti yang dijelaskan oleh *Financial Stability Board* dalam (Nizar, 2017) Fintech ialah konsep inovasi yang menggabungkan teknologi dengan layanan keuangan untuk menciptakan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk yang berdampak signifikan dalam penyediaan layanan keuangan, dengan kata lain *Financial Technology* (Fintech) ialah hasil inovasi dalam sektor jasa keuangan yang menggunakan teknologi dalam memfasilitasi masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3.2 Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusi (Laku Pandai)

Menurut Peraturan OJK No 19/POJK.03/2014, Laku Pandai ialah aktivitas perbankan yang dijalankan lewat jaringan kantor yang bekerja sama bersama pihak lain dengan dukungan teknologi informasi. Program pemerintah yang dikenal sebagai “Laku Pandai” menawarkan layanan keuangan yang mudah digunakan dan dipahami untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Program Laku Pandai menyediakan berbagai produk termasuk tabungan dengan fitur pembukaan rekening, kredit atau pembiayaan untuk nasabah dan sebagainya.

Guna menjalankan program Laku Pandai, bank bekerja sama bersama pihak ketiga yang dikenal sebagai Agen Laku Pandai. Agen Laku Pandai bekerja sama dengan bank guna perpanjangan tangan bank dalam sediakan berbagai layanan keuangan inklusif, termasuk layanan perbankan. Agen Laku Pandai dapat berupa agen yang berbadan hukum atau agen perorangan, seperti yang dinyatakan pada Pasal 16 Peraturan OJK terkait Laku Pandai.

3.3 Pemasaran Bank

Beberapa para ahli telah mengungkapkan pengertian terkait pemasaran yang kelihatannya sedikit berbeda meski pada intinya sama. Perbedaan ini akibat dari mereka meninjau pemasaran dari perspektif yang berbeda. (Kasmir, 2018) mengatakan pemasaran bank didefinisikan sebagai tahapan guna menciptakan serta pertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah lewat memberi kepuasan. Demikian juga, (Hermawan, 2012)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menyatakan bahwa pemasaran berarti menentukan waktu dan tempat produk diperlukan atau diinginkan dan kemudian menyerahkannya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk bank ialah jasa yang diberikan pada pelanggan guna diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Kebutuhan nasabah bank ialah kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu, misalnya ialah:

1. Kebutuhan akan produk dan jasa bank
2. Kebutuhan rasa aman guna memakai produk atau jasa bank
3. Kebutuhan kenyamanan menggunakan produk atau jasa bank
4. Kebutuhan guna dihargai seluruh karyawan bank
5. Kebutuhan guna persahabatan dan keakraban
6. Kebutuhan guna diberi perhatian dari seluruh karyawan bank
7. Kebutuhan status
8. Kebutuhan aktualisasi diri

4.1 Analisis Kegiatan Magang

1. Perkembangan *Financial Technology* (Fintech) yang belum maksimal di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

- a. Perkembangan akses internet yang buruk merupakan satu dari banyaknya akibat yang terjadi dari permasalahan infrastruktur di Indonesia. Akses internet yang buruk mampu mengakibatkan terjadinya hilang sinyal atau sinyal yang tidak stabil pada mesin EDC. Hal tersebut dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengakibatkan terjadinya transaksi *double* debit ataupun transaksi menggantung.

- b. Pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terkait teknologi digital masih rendah serta belum merata. Beberapa pelaku usaha yang ragu-ragu untuk menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran, alasan yang paling sering muncul yakni soal keamanan data, penggunaan aplikasi, teknologi yang terbatas dan keamanan dana masyarakat. Beberapa pelaku usaha berusia 50 tahun keatas juga yang tidak memiliki *smartphone* atau *e-mail*, menyebabkan mereka kesulitan dan ragu untuk menggunakannya.

2. Pelaksanaan Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusi (Laku Pandai) pada Agen46

- a. Agen46 yang tidak melakukan kegiatan keagenan sesuai dengan Perjanjian Kerjasama (PKS) sehingga membuat jumlah transaksi yang dihasilkan oleh Agen46 masih di bawah target transaksi yang ditentukan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Pada kasus tersebut sering juga terjadi akun milik Agen46 menjadi rekening *dormant* dikarenakan akun tidak melakukan transaksi debit atau kredit yang dilakukan oleh agen selama kurun waktu 365 hari berturut-turut.
- b. Ketidakpercayaan masyarakat terhadap keamanan perangkat elektronik yang digunakan Agen46 dalam transaksi keuangan menjadi perhatian, karena transaksi Agen46 dilakukan tanpa menggunakan konektivitas kantor fisik bank, tetapi menggunakan perangkat yang dimiliki sendiri oleh agen laku pandai.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Pemasaran Produk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

- a. Banyaknya pencurian data dan penipuan menggunakan transaksi digital menjadi kekhawatiran pelaku usaha terkait dengan penggunaan alat pembayaran QRIS dan mesin EDC.
- b. Terdapat biaya administrasi atau MDR (*Merchant Discount Rate*) yang dibebankan kepada para pelaku usaha terutama UMKM sehingga membuat mereka enggan menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran.
- c. Persaingan antar lembaga keuangan yang mengembangkan mesin EDC dan produk keagenan.
- d. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang cara pembayaran menggunakan media mesin EDC ataupun QRIS hingga produk keagenan.

4.2 Pembahasan Masalah

1. Perkembangan *Financial Technology* (Fintech) yang belum maksimal di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

- a. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus lebih mengoptimalkan, mengintegrasikan dan mengontrol teknologi dengan pihak eksternal maupun internal, seperti melakukan kerja sama/*partnership* dengan *vendor* mesin EDC yang memiliki kualitas penanganan yang baik maupun penyedia layanan internet untuk meningkatkan kecepatan dan ketersediaan layanan dengan harapan pihak merchant dapat melayani transaksi pembayaran dengan mesin EDC lebih lancar tanpa takut terjadi masalah serta meminimalisir terjadinya *error*. Setelah itu, juga perlu untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengimplementasikan teknologi yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan mesin EDC secara *offline*, dengan data yang dapat disinkronkan pada saat tertentu. Bank juga perlu melakukan pemantauan secara terus-menerus terhadap kualitas akses internet dan melakukan pembaharuan teknologi secara berkala untuk mengikuti perkembangan terbaru. Pihak bank harus memastikan bahwa proses penerimaan keluhan terkait uang mengantung dan pengembalian dana nasabah dapat dilakukan dengan mudah dan cepat agar nasabah tidak merasa kecewa dengan produk mesin EDC milik bank terkait.

- b. Permasalahan lain mengenai kurangnya pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terkait teknologi digital harus diupayakan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan memberikan edukasi dan peningkatan literasi keuangan kepada masyarakat terkait Fintech, membantu memperkuat regulasi dan kebijakan yang mendukung inovasi Fintech, serta menjadi mitra dalam menyediakan dana dan pembiayaan untuk Fintech.

2. Pelaksanaan Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusi (Laku Pandai) pada Agen46

- a. Terdapat beberapa tantangan dalam memperluas layanan perbankan tanpa kantor atau laku pandai, diantaranya berasal dari agen itu sendiri yang tidak mau secara aktif melakukan aktivitas laku pandai. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk didorong supaya memberikan insentif atau *fee* yang lebih besar agar menunjang Agen46 agar mampu meningkatkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jumlah transaksi dan kinerja agen mencari calon nasabah secara proaktif dengan harapan ini akan meningkatkan penggunaan produk keuangan yang dipromosikan.

- b. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus memastikan bahwa produk dan layanan Agen46 berada dalam batas-batas peraturan dan kepatuhan yang berlaku, kemudian dapat mempertimbangkan untuk menerapkan penilaian atau *rating* agen yang diberikan oleh nasabah, sebagaimana yang umumnya dilakukan oleh situs-situs *e-commerce* atau *platform* transportasi *online*. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap agen dan layanan mereka dengan menyajikan informasi yang lebih akurat dan bervariasi dari berbagai sumber.
- c. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk juga harus mengembangkan produk keuangan yang cocok agar dapat melayani kebutuhan orang-orang yang tinggal di wilayah terpencil dengan pendapatan rendah. Seiring dengan pengembangan produk yang memenuhi kebutuhan orang-orang, bank juga perlu mengasah keterampilan Agen46 guna dapat memberikan informasi tentang produk dan membantu orang-orang meningkatkan kemampuannya dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi digital.

3. Pemasaran Produk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

- a. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus menerapkan strategi *Sales promotion* atau *personal selling*. Diharapkan dengan adanya *personal*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

selling ini, calon nasabah akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait produk QRIS BNI, mesin EDC, dan Agen46 karena mereka mendapatkan informasi langsung dari ahlinya, kemudian diharapkan juga membuat calon nasabah lebih tertarik dan percaya

- b. Mengatasi permasalahan potongan MDR pada QRIS, bank dapat melakukan beberapa langkah, misalnya: menyusun paket layanan dengan MDR yang bersaing dan memberikan nilai tambah kepada nasabah, seperti layanan pelaporan transaksi secara *realtime*, dukungan teknis, atau insentif lainnya. Langkah lainnya dapat menawarkan promosi atau insentif khusus kepada calon merchant yang menggunakan QRIS, seperti diskon MDR untuk periode tertentu atau bagi merchant dengan *volume* transaksi tinggi. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan bank mampu menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis pelaku usaha dan mengurangi beban potongan MDR pada alat pembayaran QRIS.
- c. Memberikan penyuluhan atau sosialisasi dan edukasi terkait produk pembiayaan dengan mesin EDC atau QRIS BNI dan produk keagenan BNI yaitu Agen46 pada masyarakat umum terutama para pelaku usaha kecil, menengah, maupun besar. Hal ini diharapkan mampu membuat produk yang ditawarkan lebih dipahami dan dapat menambah antusiasme masyarakat agar menggunakan mesin EDC atau QRIS BNI dan menjadi Agen46.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5.1 Kesimpulan

1. Kendala utama yang dihadapi oleh bank dalam mengembangkan fintech adalah infrastruktur yang belum merata di Indonesia, hal tersebut diperkuat dengan minimnya pengetahuan pelaku usaha akan teknologi digital.
2. Realita bahwa banyak Agen46 yang tidak melakukan transaksi keagenan dikarenakan kesibukan dalam usahanya menuntut PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk agar menghadirkan sarana promosi yang lebih adaptif.
3. Kegiatan pemasaran produk yang harus diperbaiki dengan memperhatikan keadaptifan dan implementasi teknologi yang lebih mumpuni, dengan harapan pelaku usaha akan lebih loyal kepada alat pembayaran milik PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi untuk PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk:

1. Menjaga dan meningkatkan sarana dan prasarana yang sudah ada di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
2. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebaiknya lebih berinovasi dan mengedepankan teknologi dalam menghadirkan produk bank agar dapat menjadi solusi permasalahan dan permintaan masyarakat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk harus melakukan sosialisasi dan pendampingan dalam hal sistem kerja sebelum Agen46 menjalankan aktivitas atau mulai beroperasi.
4. Menempatkan mahasiswa magang di BNI sesuai dengan divisi yang sesuai dengan keahlian atau bidang yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa.
5. Membuat SOP yang digunakan untuk mengatur kegiatan mahasiswa magang.

Rekomendasi untuk program studi manajemen STIE YKPN:

1. STIE YKPN diharapkan mampu memperbanyak teori/ilmu mengenai Fintech, menambahkan praktik tentang Fintech secara nyata dalam penggunaan QRIS dan mesin EDC yang saat ini sedang marak digunakan dalam dunia bisnis.
2. Pihak kampus agar lebih menyediakan lapangan kerja untuk magang yang lebih banyak lagi untuk mahasiswa, seperti bekerja sama dengan perusahaan bonafit.
3. Memberikan arahan, informasi dan penjelasan secara menyeluruh mengenai kegiatan magang kepada mahasiswa sebelum mahasiswa melakukan Kartu Rencana Studi (KRS).

5.3 Refleksi Diri

1. Penulis mendapatkan pemahaman baru tentang manajemen perbankan. Penulis sebelumnya hanya memiliki pemahaman teoritis tentang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

manajemen dari kuliah, tetapi melalui kegiatan magang ini, penulis dapat merasakan praktik manajemen yang sebenarnya di perusahaan.

2. Keterampilan dalam membangun kemampuan untuk bekerja dengan cermat dan lebih bertanggung jawab. Pada situasi ini, penulis telah mengembangkan kebiasaan untuk selalu bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikan, serta mendorong penulis untuk melaksanakan setiap tugas dengan teliti dan hati-hati guna mengurangi kemungkinan kesalahan.
3. Meningkatkan keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Demikian pula, memiliki keterampilan bersosialisasi dengan rekan-rekan kerja di perusahaan, baik melalui komunikasi daring maupun luring.
4. Melatih keterampilan manajemen waktu. Penulis harus dapat mengatur waktu dengan efektif dan disiplin, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat waktu.
5. Membangun jaringan profesional/*networking* dengan rekan kerja, pembimbing, dan pegawai bank lainnya yang dapat membantu penulis dalam mengembangkan karier di masa depan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2011). Sistem pembayaran & pengelolaan uang rupiah. Retrieved from https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem_pembayaran/default.aspx Diakses 11 September 2023
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Bank Indonesia tentang penyelenggaraan teknologi finansial. Retrieved from https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_191217.aspx, Diakses 18 September 2023
- Bank Indonesia. (2019). Kanal dan layanan. Retrieved from <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>. Diakses 20 Oktober 2023
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (A. Maulana Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank Edisi Revisi* Jakarta: Kencana.
- Nizar, M. A. (2017). Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Alat pembayaran makin berkembang, transaksi makin mudah, makin bijaksana mengelolanya. Retrieved from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20533>. Diakses 17 September 2023
- PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2022). *Laporan Tahunan*. Diakses 9 Oktober 2023