



MANAJEMEN *Perbankan*

Penulis:

Puji Muniarty, Dirvi Surya Abbas., Marlya Fatira AK, Dani Sugiri, Dety Nurfadilah,
Irwan Moridu, Lucky Nugroho., Socharjoto, Rudy Irwansyah, Dewa Gede Satriawan,
Muyasaroh, Sri Maulida, David Syam Budi Bakroh, Eko Sudarmanto,
Esther Kembauw, Muhammad Hafizh, Suharyati.

MANAJEMEN *Perbankan*

Penulis:

**Puji Muniarty, Dirvi Surya Abbas., Marlya Fatira AK, Dani Sugiri, Dety Nurfadilah,
Irwan Moridu, Lucky Nugroho., Soeharjoto, Rudy Irwansyah, Dewa Gede Satriawan,
Muyasaroh, Sri Maulida, David Syam Budi Bakroh, Eko Sudarmanto,
Esther Kembauw, Muhammad Hafizh, Suharyati.**

MANAJEMEN PERBANKAN

Penulis :

Puji Muniarty, Dirvi Surya Abbas, Marlya Fatira AK, Dani Sugiri, Dety Nurfadilah,
Irwan Moridu, Lucky Nugroho, Soeharjoto, Rudy Irwansyah, Dewa Gede Satriawan,
Muyasaroh, Sri Maulida, David Syam Budi Bakroh, Eko Sudarmanto, Esther Kembauw,
Muhammad Hafizh, Suharyati.

Desain Cover:

Ridwan

Tata Letak:

Aji Abdullatif R

Proofreader:

N. Rismawati

ISBN:

978-623-6608-76-0

Cetakan Pertama:

November, 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2020

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI Cabang Jawa Barat

No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Kata Pengantar

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Manajemen Perbankan” telah selesai disusun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Manajemen Perbankan.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “*tiada gading yang tidak retak*” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

November, 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 FUNGSI DAN PERANAN BI DAN BANK UMUM	1
A. Pendahuluan	1
B. Definisi dan fungsi bank.....	2
C. Jenis-jenis bank.....	4
D. Fungsi dan peran bank Indonesia	6
E. Fungsi dan peran bank umum	10
F. Rangkuman materi	13
BAB 2 PRODUK PERBANKAN	17
A. Pendahuluan.....	17
B. Kredit	18
C. Jenis – jenis kredit	20
D. Tabungan atau simpanan	22
E. Jenis - jenis tabungan	22
F. Transfer uang dan kliring.....	23
G. Investasi.....	24
H. Produk perbankan lainnya.....	24
I. Rangkuman materi	25
BAB 3 SUMBER MODAL BANK	27
A. Pendahuluan.....	27
B. Sumber modal bank.....	28
C. Rangkuman materi	35
BAB 4 MANAJEMEN AKTIVA DAN PASIVA	39
A. Pendahuluan	39
B. Mengenal <i>asset liability management</i> (ALMA)	40
C. Lingkup dan pendekatan ALMA.....	44
D. Manajemen aktiva	46
E. Manajemen pasiva	53
F. Alma pada perbankan syariah	56
G. Rangkuman materi	57

BAB 5 MANAJEMEN LIKUIDITAS BANK	61
A. Pendahuluan	61
B. Konsep likuiditas	62
C. Sumber likuiditas	64
D. Aspek pada manajemen likuiditas	67
E. Risiko dalam likuiditas	72
F. Manajemen risiko likuiditas	74
G. Rangkuman materi	80
BAB 6 MANAJEMEN KREDIT	83
A. Pendahuluan	83
B. Konsep dasar manajemen kredit	84
C. Jenis - jenis kredit	87
D. Prosedur pemberian kredit	89
E. Manajemen kredit bermasalah	92
F. Rangkuman materi	95
BAB 7 ANALISA PENYALURAN KREDIT	99
A. Pendahuluan	99
B. Prinsip utama dalam mengelola risiko kredit	103
C. Prosedur pemberian kredit yang sehat	104
D. Proses pemberian putusan kredit	105
E. Rangkuman materi	108
BAB 8 MANAJEMEN PEMASARAN BANK	113
A. Pendahuluan	113
B. Pengertian manajemen pemasaran bank	114
C. Tujuan pemasaran bank	115
D. Konsep-konsep pemasaran	116
E. Menciptakan nilai pelanggan (<i>customer value</i>)	120
F. Strategi pemasaran bank	121
G. Siklus produk perbankan	127
H. Rangkuman materi	128
BAB 9 MANAJEMEN JASA BANK	131
A. Pendahuluan	131
B. Pengertian jasa bank	132
C. Tabungan, deposito, dan giro	132
D. Pinjaman atau kredit	135

E. Transfer, kliring, dan inkaso	137
F. <i>Safe deposit box</i> , <i>bank card</i> , dan <i>bank notes</i>	140
G. <i>Travellers cheque</i> , <i>letter of credit</i> , dan bank garansi	143
H. Jasa – jasa lainnya	150
I. Keuntungan jasa bank	150
J. Rangkuman materi	152
BAB 10 MERGER BANK	155
A. Penggabungan usaha bank	155
B. Pembinaan dan pengawasan bank	158
C. Rahasia bank dan sanksi administratif	160
D. Rangkuman materi	162
BAB 11 MANAJEMEN BANK SYARIAH	165
A. Pendahuluan	165
B. Manajemen bank syariah	166
C. Ciri-ciri dan landasan operasional bank syariah	175
D. Kegiatan operasional perbankan syariah	176
E. Manajemen permodalan bank syariah	180
F. Manajemen likuiditas bank syariah	183
G. Manajemen pembiayaan bank syariah	185
H. Manajemen dana bank syariah	192
I. Manajemen risiko bank syariah	199
J. Manajemen kesehatan bank syariah	206
K. Rangkuman materi	208
BAB 12 PERBANKAN INTERNASIONAL	213
A. Pendahuluan	213
B. <i>Subprime crisis</i> dan likuiditas perbankan	214
C. Lesson learned	218
D. Regulasi di Indonesia terkait likuiditas perbankan	218
E. Kebijakan moneter dan <i>cross border bank lending</i>	219
F. <i>Intragroup funding</i>	219
G. Kebijakan moneter ekspansif dan <i>bank lending</i>	221
H. Covid-19 dan fenomena <i>credit crunch</i>	222
I. Rangkuman materi	224

BAB 13 MANAJEMEN RISIKO BANK	229
A. Pendahuluan.....	229
B. Jenis-jenis risiko bank	231
C. Proses manajemen risiko bank.....	237
D. Manfaat dan hambatan manajemen risiko bank	239
E. Rangkuman materi	240
BAB 14 LAPORAN DAN ANALISA LAPORAN KEUANGAN	245
A. Apa itu analisa laporan keuangan	245
B. Pengertian analisa laporan keuangan	246
C. Teknik analisis laporan keuangan.....	252
D. Fungsi analisis laporan keuangan bagi usaha.....	255
E. Rangkuman materi	257
BAB 15 INFRASTRUKTUR INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA	261
A. Pendahuluan.....	261
B. <i>Hard infrastructure</i> perbankan.....	262
C. <i>Soft infrastructure</i> perbankan	274
D. Rangkuman materi	282
BAB 16 PEMASARAN DIGITAL BANK	287
A. Pendahuluan	287
B. Pengertian pemasaran internet (<i>e-marketing</i>)	289
C. Jenis-jenis media utama dalam mengembangkan strategi pemasaran	294
D. Aktivitas utama dalam pemasaran digital	296
E. Revolusi industri 4.0 pada bank.....	298
F. Elektronik <i>banking</i> (<i>e-banking</i>)	302
G. Perbankan seluler (<i>mobile banking</i>).....	314
H. Tren pemasaran digital bank tahun 2020.....	321
I. Rangkuman materi	325
PROFIL PENULIS	329
GLOSARIUM	341



FUNGSI DAN PERANAN BI DAN BANK UMUM

Puji Muniarty, S.E., M.M
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) BIMA

A. PENDAHULUAN

Dalam upaya mendukung, kesinambungan dan peningkatan pelaksanaan pembangunan lembaga perbankan telah menunjukkan perkembangan yang pesat, seiring dengan kemajuan pembangunan di Indonesia dan perkembangan perekonomian internasional serta sejalan dengan peningkatan tuntutan kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan yang semakin beragam dan canggih. Realita kebutuhan akan jasa perbankan saat ini semakin meningkat dan berkembang pesat sehingga landasan gerak perbankan yang ada dirasakan sudah saatnya diadakan penyesuaian agar mampu menampung tuntutan pengembangan jasa perbankan, karena salah satu sarana yang mempunyai peranan strategis dalam menyeraskan dan menyeimbangkan masing-masing unsur dari Trilogi Pembangunan adalah perbankan.

Peranan perbankan dalam lalu lintas bisnis, dapatlah dianggap sebagai kebutuhan yang mutlak diperlukan oleh hampir semua pelaku bisnis. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998

tentang perbankan “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Hal ini merupakan bukti bahwa lembaga perbankan merupakan salah satu pilar utama bagi pembangunan ekonomi nasional yang menggerakkan roda perekonomian Negara. Untuk itu fungsi utama bank sebagai suatu wahana yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien, yang dengan berasaskan demokrasi ekonomi mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, ke arah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Demi pencapaian sistem perbankan yang sehat dan stabil bank dalam melaksanakan tugasnya tidak luput dari pengawasan Bank Indonesia yang bertindak selaku bank sentral. Bank Indonesia merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam perekonomian terutama di bidang moneter, keuangan, dan perbankan. Bank Indonesia dibentuk dengan tujuan sosial ekonomi tertentu yang menyangkut kepentingan nasional atau kesejahteraan umum, seperti stabilitas harga dan perkembangan ekonomi, dan di sisi lain dalam suatu sistem perbankan, ketiadaan koordinator dan regulator yang tidak berpihak akan mengakibatkan bank-bank tidak dapat melaksanakan operasinya secara efisien. Peran Bank Indonesia akan tercermin dari tugas utama yang diembannya, yaitu menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan mengawasi bank, serta menjaga kelancaran sistem pembayaran. Pada bab ini akan membahas definisi dan fungsi bank, jenis-jenis bank, fungsi dan peran Bank Indonesia serta fungsi dan peran bank umum.

B. DEFINISI DAN FUNGSI BANK

Sebagai lembaga perantara keuangan yang memiliki wewenang dan fungsi untuk menghimpun dana masyarakat umum untuk disalurkan kembali kepada masyarakat, bank memiliki tugas utama yaitu menerima simpanan giro, tabungan dan deposito bank juga merupakan tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya, tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala

macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak dan lain-lain. Bank Maksud dari bank sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) yaitu bank menjadi perantara keuangan antara pihak yang kelebihan dana (surplus unit) dengan pihak yang membutuhkan dana (defisit unit).

Menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk yang lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Kuncoro (2010 : 68), definisi dari Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat dalam bentuk kredit serta memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan Kasmir (2011 : 8), bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan jasa-jasa bank lainnya. Diisi lain Rose (2002 : 5) mengatakan bahwa “*Bank is A financial intermediary accepting deposits and granting loans; offers the widest menu of services of any financial institution*”. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa Bank adalah perantara keuangan menerima simpanan dan memberikan kredit; memberikan pelayanan dalam menu yang luas untuk berbagai lembaga keuangan.

Sebagai lembaga intermediasi keuangan bank memiliki fungsi utama yang berperan penting dalam mewujudkan pembangunan nasional yang merata. Adapun fungsi bank pada umumnya yaitu :

1. Menghimpun dana dari masyarakat maksudnya bank menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan, deposito berjangka, giro ataupun bentuk simpanan lainnya. Dengan penghimpunan dana ini, bank menjamin keamanan uang masyarakat tersebut sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut. Setiap produk simpanan bank menawarkan bunga yang berbeda-beda seperti contohnya deposito memiliki bunga lebih tinggi dari tabungan, karena nasabah harus menyimpan uangnya untuk jangka waktu tertentu agar dapat menikmati bunga lebih tinggi. Sedangkan tabungan dapat ditarik kapanpun nasabah memerlukan uang.

2. Menyalurkan dana kepada masyarakat maksudnya setelah menghimpun dana dari masyarakat, bank akan menyalurkan dana ini kepada pihak-pihak yang membutuhkan melalui sistem kredit atau pinjaman. Kredit yang ditawarkan bank akan mengenakan bunga kepada peminjam. Produk kredit ini pun memiliki beberapa jenis seperti Kredit Tanpa Agunan (KTA), Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Mobil, ataupun jenis pinjaman lainnya. Dengan penyaluran dana tersebut maka tujuan bank dalam pelaksanaan pembangunan nasional dapat terpenuhi. Masyarakat yang membutuhkan dana dapat menyejahterakan kehidupannya dan menghasilkan usaha yang mendukung pembangunan nasional.

C. JENIS-JENIS BANK

Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 menurut fungsinya bank terbagi menjadi 4 jenis yaitu :

1. Bank Sentral merupakan Bank Indonesia sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang diatur dengan Undang-Undang tersendiri yaitu sebagai Bank Sentral atau pemimpin dari bank-bank.
2. Bank Umum merupakan bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito dan dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka pendek.
3. Bank Tabungan merupakan bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan dalam usahanya terutama memperbungakan dananya dalam kertas berharga.
4. Bank Pembangunan merupakan bank dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk deposito dan atau mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan panjang dan dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka menengah dan panjang di bidang pembangunan.

Berdasarkan Kepemilikan modalnya bank dibagi menjadi 3 jenis yaitu :

1. Bank Pemerintah merupakan bank yang dimiliki oleh pemerintah dan dibagi lagi menurut Bank Umum, Bank Pembangunan dan Bank Tabungan. Di mana baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki

oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula. Contoh bank milik pemerintah yaitu Bank Negara Indonesia⁴⁶ (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan Bank Tabungan Negara (BTN). Sedangkan bank milik pemerintah daerah (pemda) terdapat di daerah tingkat I dan tingkat II masing-masing provinsi. Sebagai contoh BPD DKI Jakarta, BPD Jawa Barat, BPD Jawa Tengah, BPD Sulawesi Selatan dan BPD lainnya.

2. Bank Swasta Nasional merupakan bank yang modalnya dimiliki oleh pengusaha nasional Indonesia yang juga terdiri dari Bank Umum, Bank Pembangunan Dan Bank Tabungan. Untuk seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun di didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contoh bank milik swasta nasional yaitu Bank Central Asia, Bank Bumi Putra, Bank Danamon, Bank Lippo, Bank Internasional Indonesia.
3. Bank Swasta Asing merupakan cabang dari bank-bank asing yang berpusat di luar negeri yang kegiatan operasinya diatur dengan ketentuan tersendiri. Contoh bank asing yaitu Bank of America, Bank of Tokyo, City Bank dan lain-lain

Berdasarkan Institusi Penciptaan Uang Bank dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis yaitu :

1. Bank Primer merupakan bank yang dapat menciptakan alat pembayaran baik berupa uang kartal maupun uang giral bank yang termasuk kelompok ini yaitu (a) Bank Sentral atau Bank Indonesia sebagai pencipta uang kartal dan (2) Bank Umum sebagai pencipta uang giral (uang yang hanya berlaku secara khusus dan tidak berlaku secara umum).
2. Bank Sekunder merupakan bank yang tidak bisa menciptakan alat pembayaran dan hanya berperan sebagai perantara dalam perkreditan yang tergolong dalam bank ini adalah Bank Perkreditan Rakyat, Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Bank Koperasi atau bank-bank lain yang dipersamakan dengan itu.

Berdasarkan status segi kemampuannya dalam melayani masyarakat maka bank umum dapat dibagi ke dalam 2 macam :

1. Bank Devisa merupakan bank yang melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan misalnya transfer keluar negeri, inkaso ke luar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *letter of credit* dan transaksi lainnya. Contohnya Bank Negara Indonesia, Bank Central Asia, Bank Danamon dan lainnya.
2. Bank Non Devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa.

D. FUNGSI DAN PERAN BANK INDONESIA

Dalam kapasitas sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. kestabilan nilai rupiah ini mengandung 2 aspek yaitu (1) kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa yang tercermin pada perkembangan laju inflasi dan (2) kestabilan terhadap mata uang negara lain yang tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain. Perumusan tujuan tunggal ini dimaksudkan untuk memperjelas sasaran yang harus dicapai Bank Indonesia serta batas-batas tanggung jawabnya. Untuk mencapai tujuan tersebut Bank Indonesia didukung oleh 3 pilar yang merupakan tiga bidang tugas Bank itu sendiri. Adapun tugas Bank Indonesia yaitu :

1. Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter.
Dalam hal ini Bank Indonesia diberi kewenangan untuk melakukan kebijakan moneter melalui penetapan sasaran moneter dengan memperhatikan sasaran laju inflasi serta melakukan pengendalian jumlah uang beredar dengan menggunakan berbagai instrumen kebijakan moneter.
2. Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran.
Dengan menerapkan sistem pembayaran yang lancar dan aman merupakan salah satu prasyarat dalam keberhasilan pencapaian tujuan kebijakan moneter. Sehubungan dengan hal tersebut Bank Indonesia mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran

melalui sistem kewenangan dalam menetapkan penggunaan alat pembayaran, mengatur penyelenggaraan jasa sistem pembayaran yang dapat diuraikan sebagai berikut : (a) Melaksanakan dan memberikan persetujuan dan izin atas penyelenggaraan jasa sistem pembayaran, (b) Mewajibkan penyelenggaraan jasa sistem pembayaran untuk menyampaikan laporan tentang kegiatan dan (c) Menetapkan penggunaan alat pembayaran agar alat pembayaran yang digunakan dalam masyarakat memenuhi persyaratan keamanan bagi pengguna. Termasuk dalam membatasi penggunaan alat pembayaran tertentu dalam rangka prinsip ke hati-hatian.

3. Mengatur dan mengawasi perbankan di Indonesia.

Tugas mengatur dan mengawasi bank merupakan salah satu tugas yang penting khususnya dalam rangka menciptakan *system* perbankan yang pada akhirnya dapat mendorong efektivitas kebijakan moneter. Perbankan selain menjalankan fungsi intermediasi, juga berfungsi sebagai media transmisi kebijakan moneter serta pelayan jasa *system* pembayaran.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan Bank Indonesia untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah tersebut harus ditopang dengan pilar utama yaitu kebijakan moneter dengan prinsip ke hati-hatian, sistem pembayaran yang cepat, tepat, dan andal, serta sistem perbankan dan keuangan yang sehat. Sehingga kelima peran utama Bank Indonesia sebagai bank sentral tersebut diatas dalam menjaga stabilitas sistem keuangan dapat yang mencakup kebijakan dan instrumen dalam menjaga stabilitas sistem keuangan dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Bank Indonesia memiliki tugas untuk menjaga stabilitas moneter antara lain melalui instrumen suku bunga dalam operasi pasar terbuka. Bank Indonesia dituntut untuk mampu menetapkan kebijakan moneter secara tepat dan berimbang. Hal ini mengingat gangguan stabilitas moneter memiliki dampak langsung terhadap berbagai aspek ekonomi. Kebijakan moneter melalui penerapan suku bunga yang terlalu ketat, akan cenderung bersifat mematikan kegiatan ekonomi. Begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, untuk menciptakan stabilitas

moneter, Bank Indonesia telah menerapkan suatu kebijakan yang disebut *inflation targeting framework*.

2. Bank Indonesia memiliki peran vital dalam menciptakan kinerja lembaga keuangan yang sehat khususnya perbankan. Penciptaan kinerja lembaga perbankan seperti itu dilakukan melalui mekanisme pengawasan dan regulasi. Seperti halnya di negara-negara lain, sektor perbankan memiliki pangsa yang dominan dalam sistem keuangan. Oleh sebab itu, kegagalan di sektor ini dapat menimbulkan ketidakstabilan keuangan dan mengganggu perekonomian. Untuk mencegah terjadinya kegagalan tersebut, sistem pengawasan dan kebijakan perbankan yang efektif haruslah ditegakkan. Selain itu, disiplin pasar melalui kewenangan dalam pengawasan dan pembuat kebijakan serta penegakan hukum (*law enforcement*) harus dijalankan. Bukti yang menunjukkan bahwa negara-negara yang menerapkan disiplin pasar, memiliki stabilitas sistem keuangan yang kokoh. Sementara itu, upaya penegakan hukum (*law enforcement*) dimaksudkan untuk melindungi perbankan dan *stakeholder* serta sekaligus mendorong kepercayaan terhadap sistem keuangan. Untuk menciptakan stabilitas di sektor perbankan secara berkelanjutan, Bank Indonesia telah menyusun Arsitektur Perbankan Indonesia dan rencana implementasi Basel II.
3. Bank Indonesia memiliki kewenangan untuk mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran. Bila terjadi gagal bayar (*failure to settle*) pada salah satu peserta dalam sistem pembayaran, maka akan timbul risiko potensial yang cukup serius dan mengganggu kelancaran sistem pembayaran. Kegagalan tersebut dapat menimbulkan risiko yang bersifat sistemik. Bank Indonesia mengembangkan mekanisme dan pengaturan untuk mengurangi risiko dalam sistem pembayaran yang cenderung semakin meningkat. Antara lain dengan menerapkan sistem pembayaran yang bersifat *real time* atau dikenal dengan nama sistem RTGS (Real Time Gross Settlement) yang dapat lebih meningkatkan keamanan dan kecepatan sistem pembayaran. Sebagai otoritas dalam sistem pembayaran, Bank Indonesia memiliki informasi dan keahlian untuk mengidentifikasi risiko potensial dalam sistem pembayaran.

4. Melalui fungsinya dalam riset dan pemantauan, Bank Indonesia dapat mengakses informasi-informasi yang dinilai mengancam stabilitas keuangan. Melalui pemantauan secara *macroprudential*, Bank Indonesia dapat memonitor kerentanan sektor keuangan dan mendeteksi potensi kejutan (*potential shock*) yang berdampak pada stabilitas sistem keuangan. Melalui riset, Bank Indonesia dapat mengembangkan instrumen dan indikator *macroprudential* untuk mendeteksi kerentanan sektor keuangan. Hasil riset dan pemantauan tersebut, selanjutnya akan menjadi rekomendasi bagi otoritas terkait dalam mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meredam gangguan dalam sektor keuangan.
5. Bank Indonesia memiliki fungsi sebagai jaring pengaman sistem keuangan melalui fungsi bank sentral sebagai *Lender of The Last Resort* (LoLR). Fungsi LoLR merupakan peran tradisional Bank Indonesia sebagai bank sentral dalam mengelola krisis guna menghindari terjadinya ketidakstabilan sistem keuangan. Fungsi LoLR mencakup penyediaan likuiditas pada kondisi normal maupun krisis. Fungsi ini hanya diberikan kepada bank yang menghadapi masalah likuiditas dan berpotensi memicu terjadinya krisis yang bersifat sistemik. Pada kondisi normal, fungsi LoLR dapat diterapkan pada bank yang mengalami kesulitan likuiditas temporer namun masih memiliki kemampuan untuk membayar kembali. Dalam menjalankan fungsinya sebagai LoLR, Bank Indonesia harus menghindari terjadinya *moral hazard*. Oleh karena itu pertimbangan risiko sistemik dan persyaratan yang ketat harus diterapkan dalam penyediaan likuiditas tersebut.

Namun pada saat sekarang ini tugas pengaturan dan pengawasan perbankan tidak lagi menjadi tugas Bank Indonesia, melainkan menjadi tugas sebuah lembaga sektor jasa keuangan baru yang dinamakan dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan. OJK tidak hanya mengatur dan mengawasi lembaga keuangan bank tetapi juga lembaga keuangan non-bank. Terlihat jelas bahwa OJK juga memiliki kewenangan yang sangat luas. Bukan hanya itu, OJK memiliki kewenangan untuk melakukan pungutan dari lembaga keuangan yang diawasi. Pasal 34 ayat

(2) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang OJK menyebutkan bahwa : “Anggaran OJK bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau pungutan dari pihak yang melakukan kegiatan di sektor jasa keuangan”. Di mana anggaran OJK tersebut dipergunakan untuk membiayai kegiatan operasional, administratif, pengadaan aset dan kegiatan pendukung lainnya. Dalam melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 pasal 6 OJK meliputi : (a) Kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan, (b) Kegiatan jasa keuangan di sektor Pasar Modal dan (c) Kegiatan jasa keuangan di sektor Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan lainnya.

E. FUNGSI DAN PERAN BANK UMUM

Bank Umum didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan sebagai bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Secara konvensional maksudnya di sini yaitu bank umum berorientasi pada laba dengan menerapkan metode suku bunga dan hal ini sudah menjadi kebiasaan yang digunakan dalam dunia perbankan di Indonesia sebelum kemudian diperkenalkan sistem bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Umum berdasarkan prinsip syariah yang lebih belakangan didirikan di Indonesia. Sedangkan bank berdasarkan prinsip syariah adalah bank yang menggunakan hukum islam dalam hubungannya dengan pihak lain untuk menyimpan dana pihak lain, membiayai kegiatan usaha atau kegiatan lainnya. Prinsip-prinsip syariah berdasarkan hukum islam, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina). Selain itu Bank umum di definisikan sebagai lembaga keuangan yang menawarkan berbagai layanan produk dan jasa kepada masyarakat dengan fungsi seperti menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam berbagai

bentuk, memberi kredit pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan, jual beli valuta asing atau valas, menjual jasa asuransi, jasa giro, jasa cek, menerima penitipan barang berharga dan lain sebagainya.

1. Fungsi Bank Umum

Untuk menjalankan kegiatan operasionalnya maka fungsi daripada bank umum sebagai berikut : (1) Menghimpun dana dari masyarakat artinya untuk menghimpun dana dari masyarakat maka bank akan melakukan kegiatan ini dengan membuka berbagai produk tabungan, deposito, giro atau bentuk simpanan bank. tujuannya agar masyarakat lebih aman dalam menyimpan uang. Tiap produk memiliki bunga yang berbeda-beda misalnya deposito bunga lebih tinggi karena nasabah harus menyimpan uangnya untuk jangka waktu tertentu sedangkan tabungan dapat ditarik kapan saja nasabah memerlukan uang. Adapun sumber dana dalam menghimpun dana dari masyarakat yaitu dana yang bersumber dari bank sendiri yang berupa setoran modal waktu pendirian, dana yang berasal dari masyarakat luas yang dikumpulkan melalui usaha perbankan seperti usaha simpanan giro, deposito dan tabanas serta dana yang bersumber dari lembaga keuangan yang diperoleh dari pinjaman dana yang berupa kredit likuiditas dan *call money*. (2) Menyalurkan dana kepada masyarakat artinya setelah menghimpun dana dari masyarakat bank akan menyalurkan dana tersebut kepada pihak-pihak yang membutuhkan melalui sistem kredit atau pinjaman. (3) Menyediakan layanan jasa bank artinya untuk mempermudah transaksi keuangan bank menyediakan beraneka ragam layanan meliputi jasa dan transaksi pembayaran ataupun pembelian. Misalnya saat ini kita bisa melakukan pembayaran rekening listrik atau telepon lewat bank. Pelayanan jasa bank sebagai pelayan lalu lintas pembayaran uang melakukan berbagai aktivitas kegiatan antara lain pengiriman uang, inkaso, cek wisata, kartu kredit dan pelayanan lainnya. Fungsi dan tugas bank umum dalam menyediakan layanan jasa meliputi hal-hal sebagai berikut :

- a. Mendukung kelancaran mekanisme pembayaran maksudnya selain menyalurkan dana, sebagai intermediasi bank juga berfungsi sebagai pendukung kelancaran mekanisme transaksi di masyarakat. Jasa yang ditawarkan untuk menunjang fungsi ini termasuk transfer dana antar rekening dalam negeri, penyediaan fasilitas pembayaran secara kredit

seperti kartu kredit, jasa pembayaran tagihan, sistem pembayaran elektronik, sarana penyaluran gaji karyawan ataupun penghasilan lainnya.

- b. Mendukung kelancaran transaksi internasional maksudnya bank juga dibutuhkan untuk memperlancar transaksi internasional. Kesulitan bertransaksi karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter antara dua pihak yang berbeda negara akan selalu hadir. Kehadiran bank akan memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut dengan lebih mudah, cepat, dan murah. Bank memastikan kelancarannya melalui jasa penukaran mata uang asing ataupun transfer dana luar negeri untuk transaksi internasional.
- c. Penciptaan Uang maksudnya uang yang diciptakan oleh bank ini merupakan uang giral yang berarti alat pembayaran lewat mekanisme pemindahbukuan (kliring). Proses penciptaan uang di regulasi oleh bank sentral untuk pengaturan jumlah uang yang beredar karena dapat mempengaruhi ekonomi.
- d. Sarana Investasi maksudnya kini bank juga dapat berfungsi sebagai sarana investasi melalui jasa reksa dana atau produk investasi yang ditawarkan bank sendiri seperti derivatif, emas, mata uang asing, saham.
- e. Penyimpanan barang berharga maksudnya fungsi bank yang telah tersedia dari dahulu kala adalah penyimpanan barang berharga. Nasabah dapat menyimpan barang berharganya seperti perhiasan, emas, surat-surat berharga, ataupun barang berharga lainnya. Bank juga dapat menyewakan *safe deposit box*.

2. Peran Bank Umum

Berikut 4 (Empat) peran bank umum dalam menjalankan fungsi dan kegiatannya dari bank umum yaitu :

- a. Pengalihan aset (*Asset Transmutation*) artinya dilakukan pengalihan dana atau aset dari unit surplus ke unit defisit. Sumber dana yang diberikan pada pihak peminjam berasal pemilik dana yaitu unit surplus yang jangka waktunya dapat diatur sesuai dengan keinginan pemilik dana. Dalam hal ini bank berperan sebagai pengalih aset yang likuid dari unit surplus (*lender*) kepada unit defisit (*borrower*).

- b. Transaksi (*Transaction*) artinya bank memberikan berbagai kemudahan kepada pelaku ekonomi untuk melakukan transaksi dengan produk-produk yang dikeluarkan oleh bank seperti giro, tabungan, deposito atau saham merupakan pengganti uang dan dapat digunakan sebagai alat pembayaran.
- c. Likuiditas (*Liquidity*) artinya dalam hal ini unit surplus dana dapat menempatkan dana yang dimilikinya dalam produk-produk perbankan dengan demikian bank memberikan fasilitas pengelolaan likuiditas seperti fasilitas diskonto, *call money* dan penjualan surat berharga kepada pihak yang mengalami surplus likuiditas dan meyalurkannya kepada pihak yang mengalami kekurangan likuiditas.
- d. Efisiensi (*Efficiency*) artinya Peranan bank sebagai broker adalah menemukan peminjam dan pengguna modal tanpa mengubah produknya. Bank hanya memperlancar dan mempertemukan pihak-pihak yang saling membutuhkan. Adanya informasi yang tidak simetris antara peminjam dan investor menimbulkan masalah insentif.

F. RANGKUMAN MATERI

Dengan semakin berkembangnya perekonomian, pengendalian jumlah uang yang beredar merupakan faktor yang sangat penting dalam seluruh kegiatan ekonomi suatu negara, sebagaimana yang di kemukakan oleh Walter Bagehot bahwa *money will not manage itself*. Hal ini terkait dengan diperlukannya uang untuk membiayai seluruh kegiatan ekonomi seperti investasi dan perdagangan untuk meningkatkan produksi dan pendapatan, membuka lapangan kerja, dan pada gilirannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Senada dengan itu sebagai lembaga keuangan kegiatan bank sehari-harinya tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya pedagang atau perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan adalah membeli uang (menghimpun dana) dan menjual uang (menyalurkan dana) kepada masyarakat umum, kegiatan tersebut jelas akan dilaksanakan oleh bank umum yang mana cakupan produk yang ditawarkan oleh bank umum lebih beragam hal ini disebabkan bank umum mempunyai kebebasan untuk menentukan produk dan jasanya namun kesemuanya tetap dalam pengaturan Bank Sentral yaitu Bank Indonesia.

Bank Indonesia memiliki fungsi dan peran kedudukan yang tinggi dan strategis dalam mewujudkan sistem perbankan yang sehat bagi negara Indonesia. Pelaksanaan fungsi dan peran ini dalam bentuk pengawasan bank Indonesia yang mencerminkan kepedulian dan kepentingan bagi setiap negara dan pemerintah, karena keamanan dan kestabilan sistem bank Indonesia penting bagi kestabilan perekonomian Negara. Pemerintah memiliki tanggung jawab moral dan sosial untuk mengambil langkah pengamanan, bila terjadi kegoncangan atau krisis perbankan yang tidak dapat diatasi berdasarkan prinsip dan mekanisme pengawasan bank yang telah ditetapkan.

Bank Indonesia dalam menjalankan semua itu independen artinya tidak terpengaruh oleh pihak manapun. Karena itu, kelangsungan hidup independensi bank sentral di Indonesia, sebagai mana yang terjadi pada pemerintahan yang lalu, tidaklah mengantung pada lembaga-lembaga politik melainkan pada keteguhan hati di tingkat individual.

Namun pada saat sekarang ini tugas pengaturan dan pengawasan perbankan tidak lagi menjadi tugas Bank Indonesia, melainkan menjadi tugas sebuah lembaga sektor jasa keuangan baru yang dinamakan dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan. OJK tidak hanya mengatur dan mengawasi lembaga keuangan bank tetapi juga lembaga keuangan non-bank. Terlihat jelas bahwa OJK juga memiliki kewenangan yang sangat luas. Bukan hanya itu, OJK memiliki kewenangan untuk melakukan pungutan dari lembaga keuangan yang diawasi. Pasal 34 ayat (2) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang OJK menyebutkan bahwa : “Anggaran OJK bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau pungutan dari pihak yang melakukan kegiatan di sektor jasa keuangan”. Di mana anggaran OJK tersebut dipergunakan untuk membiayai kegiatan operasional, administratif, pengadaan aset dan kegiatan pendukung lainnya. Dalam melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 pasal 6 OJK meliputi : (a) Kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan, (b) Kegiatan jasa keuangan di sektor Pasar Modal dan (c) Kegiatan jasa keuangan di sektor Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan lainnya.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan Pengertian bank sentral dan bank umum.
2. Sebutkan jenis-jenis bank.
3. Jelaskan fungsi dan peran bank sentral.
4. Jelaskan fungsi dan peran bank umum.
5. Jelaskan sistem kegiatan usaha perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Deddy, T.S. (2007) Manajemen Perbankan (Pendekatan Praktis). Kendari : Unhalu Press.
- Gandapradja, P. (2004). Dasar dan Prinsip Pengawasan Bank. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kuncoro, M. (2010). Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : BPF.
- Kasmir. (2010). Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali Press.
- Rose P,S. (2002). Commercial Bank Mnagement. Mc. Graw Hill Irwin Boston, U,S.A.
- Veithzal, R. (2007). Bank and Financial Unditetion Management. Jakarta : PT. Grapindo Persada.

BAB
2

PRODUK PERBANKAN

Dirvi Surya Abbas, S.E.,M.Ak
Universitas Muhammadiyah Tangerang

A. PENDAHULUAN

Pengaruh pandemi Covid-19 memunculkan beberapa risiko yang mesti dihadapi perbankan yakni seperti kredit macet, risiko pasar, dan risiko likuiditas. Selain itu dampak dari pandemi Covid-19 juga mengakibatkan adanya gangguan dari sisi permintaan serta *supply*, Maraknya jumlah karyawan yang dirumahkan, menurunnya tingkat pendapatan menurunkan tingkat konsumsi masyarakat. Begitu juga dari sisi pemasok, banyak perusahaan merencanakan ulang perencanaan keuangannya karena untuk mengefisiensi biaya. Dengan adanya *re-structure* keuangan tersebut berimbas pada penghentian aktivitas bisnis sehingga gangguan pada *supply chain* serta kerugian karena terjadi penurunan penjualan. Dari sisi pembiayaan, pengaruh adanya pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap sentimen investor juga baik di pasar ekuitas, pasar obligasi dan pasar valuta. Sehingga kepercayaan deposan pun jadi ikut terganggu.

Dampak yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 ini tidak main-main buktinya terjadi kepanikan yang terjadi di berbagai negara terutama saat masa awal pandemi Covid-19 benar-benar dinyatakan sebagai wabah yang berbahaya. banyak dari para pemilik dana yang menarik uangnya dan

berniat untuk menyimpan dananya ke tempat yang lebih mudah serta dapat diambil secara *cash* tanpa mesti berpergian keluar rumah. Inilah alasan mengapa, perbankan dihadapkan oleh beberapa risiko yang mesti dihadapi seperti risiko kredit macet. Risiko pasar dan risiko likuiditas. Adanya penarikan uang dari para pemilik uang juga mengakibatkan perbankan perlu melakukan pencadangan dana, walaupun pihak manajemen sudah mengetahui bahwasanya hal tersebut nantinya memberatkan neraca pelaporannya, adapun efeknya dalam rasio keuangan yakni menurunkan tingkat profitabilitas, serta mengganggu pendanaan untuk modal. Belum lagi pihak manajemen bank masih dibayangi oleh adanya risiko likuiditas yang disebabkan oleh naiknya biaya dana.

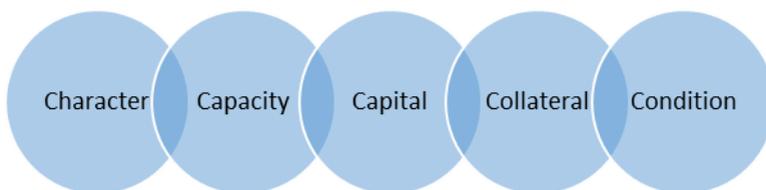
Hingga akhirnya pemerintah turun tangan untuk meminimalisir kekacauan yang terjadi di pasar keuangan ini. Langkah yang diambil oleh pemerintah dalam mengatasi permasalahan ini dengan menggandeng OJK beserta LPS dengan mengambil bauran kebijakan untuk memitigasi potensi gangguan yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 ini. Adapun kebijakan yang diambil oleh pemerintah yakni untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh bank di Indonesia yakni mulai dari penurunan suku bunga acuan dalam beberapa tahap menjadi saat ini 4,25%, stabilisasi nilai tukar rupiah, pasar uang dan valas, pelonggaran likuiditas lewat relaksasi GWM, serta kebijakan di sistem pembayaran.

Dalam prakteknya setiap bank memiliki beberapa produk dan bahkan layanan yang berbeda-beda. Berikut akan diuraikan tentang produk-produk yang pada umumnya sering ditawarkan oleh Bank:

B. KREDIT

Pinjaman berjangka waktu atau yang sering dikenal dengan sebutan kredit adalah suatu produk yang diberikan oleh bank kepada individu maupun kepada perusahaan yang telah melalui persyaratan yang telah ditetapkan oleh bank. Adapun Jangka waktu yang ditawarkan oleh bank pada dasarnya ditentukan oleh maksud dan tujuan peminjaman dana tersebut. Kredit jangka pendek dengan batas waktu kurang dari 1 Tahun, umumnya digunakan untuk kredit modal kerja dan kegiatan ekspor-impor. Lalu, Kredit jangka menengah dengan batas waktu kurang dari 1-3 Tahun,

umumnya digunakan untuk kredit dalam kegiatan produksi dan konsumsi (inventaris kendaraan atau alat penunjang pendapatan di perusahaan). dan berikutnya Kredit jangka Panjang dengan batas waktu lebih dari 3 Tahun, umumnya digunakan untuk kredit dalam Penyertaan investasi *Asset* di perusahaan atau Pembelian *Asset* bangunan dan tanah. Dikarenakan atas sifat kredit yang berhubungan dengan jumlah uang yang cukup besar dan sangat berisiko, maka bank menerapkan beberapa prinsip yang harus dijadikan ketentuan standar ketika memberikan kredit kepada individu dan perusahaan, yaitu:



Gambar 1 prinsip yang harus dijadikan ketentuan standar ketika memberikan kredit

Character, dalam proses pengajuannya, bank memberikan pelayanan kredit. Manajemen bank haruslah dapat melihat substansi tentang kriteria atas kemampuan dari individu/ Perusahaan dalam mengajukan kreditnya. Pertama, pihak Bank atau *surveyor* akan melakukan tanya-jawab agar mendapatkan serta mempelajari tentang latar belakang nasabahnya tersebut supaya lebih jelas. *Capacity*, tentunya bank memiliki analisator yang akan menganalisis tentang kemampuan nasabah yang mengajukan peminjaman tersebut terhadap kemampuannya dalam membayar kreditnya di masa depan nanti sesuai dengan isi perjanjian kontrak waktu umur peminjaman sesuai dengan kesepakatan bersama. Biasanya analisis bank akan lebih berfokus melihat ke dalam tingkat kemampuan nasabah dalam mengatur pengeluarannya serta keuntungan yang miliknya. *Capital*, atau yang disebut modal adalah salah satu aspek penting yang menjadi fokus bank ketika ingin menyalurkan dana kreditnya kepada nasabah yang mengajukan peminjaman dana untuk modal usahanya. Tentunya manajemen bank akan menelaah kemampuan keuangan peminjam yang

bersumber dari laporan keuangan yang dilampirkan agar bisa menggambarkan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh nasabah serta agar manajemen bank dapat menganalisis kelayakan nasabah tersebut pantas diberikan kredit. *Collateral*, selain menilai laporan keuangan usaha dari peminjam kredit agar manajemen bank dapat memastikan kemampuan keuangan si peminjam tersebut, bank juga harus melihat jaminan dari nasabah tersebut. Hal ini dilakukan oleh bank untuk menyelamatkan *asset* bank, jika nantinya di kemudian hari si peminjam tidak mampu lagi untuk mengembalikan pinjamannya ke bank, sehingga sesuai dengan kesepakatan perjanjian pinjaman sesuai ketentuan yang ada, dengan diketahui oleh kedua belah pihak (Nasabah&Bank) maka pihak bank berhak mengambil atau menyita aset yang telah dijaminan nasabah kepada bank. Aset tersebut bisa dapat berupa mobil, rumah, perhiasan, dan lain-lain. Aset jaminan yang dijaminan tergantung dengan tingkat jumlah pinjaman yang diajukan, minimal memiliki setengah harga dari dana yang ingin dipinjamkan. *Condition*, pentingnya mempertimbangkan suatu kondisi ekonomi di dalam suatu Negara atau daerah di mana nasabah yang akan meminjam tersebut bekerja atau menjalankan usahanya, maka bank perlu menentukan akan dampaknya kepada kondisi bank serta kondisi kemampuan usaha nasabah kedepannya dan pendapatannya.

C. JENIS – JENIS KREDIT

Kredit Investasi, karakteristik jenis kredit investasi ini diberikan kepada nasabah yang mengajukan pinjaman uang, yang nantinya digunakan tergantung motif si peminjam tersebut, apakah untuk kegiatan bisnis atau investasi. Jenjang waktu dalam Jenis kredit investasi normalnya lebih dari satu tahun mengingat besarnya nominal jumlah kredit yang dikeluarkan oleh bank, selain itu para nasabah juga merasa diuntungkan dengan panjangnya masa waktu pengembalian pinjaman tersebut, dikarenakan hal tersebut tidak mengganggu arus kas pengeluaran mereka. Misalnya untuk kontraktor mendirikan perumahan, membangun pabrik, membuka usaha dan lain sebagainya, pastinya membutuhkan waktu dalam pengerjaannya. maka selama proyek kontraktor tersebut belum tuntas, setiap pengeluaran Bank (pokok&bunga) tidak akan dianggap sebagai

biaya, melainkan akan dimasukkan ke dalam bagian dari Aset tetap tersebut. Kredit Konsumtif, kredit ini pada umumnya yang lebih sering diajukan oleh para nasabah bank dari berbagai kalangan. Kredit ini sangatlah membantu para nasabah untuk mewujudkan keinginannya dalam memenuhi kebutuhan penunjang utama mereka dengan membeli produk atau barang dengan cara kredit, seperti kredit perumahan rakyat atau kredit pembelian kendaraan bermotor baik roda dua atau roda empat. Kredit Profesi, kredit ini hanya diperuntukkan kepada nasabah berprofesi khusus, seperti profesi dokter, guru atau dosen, pegawai negeri sipil dan sejenisnya. Kredit Modal Kerja, kredit perbankan yang sudah sangat umum diketahui oleh semua kalangan terutama menengah ke bawah menurut bank jika dilihat dari *survey profile* pengajuannya. Pinjaman ini bertujuan untuk memberikan pinjaman dana kepada nasabah yang ingin menjalankan usaha kecil menengah (UKM) dan umumnya, memiliki batas waktu pengembalian pinjaman maksimal sampai 1 tahun. Kredit ini umumnya akan dipakai untuk kegiatan aktivitas operasional usaha seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan atau modal kerja lainnya. Kredit Perdagangan, berbeda dengan kredit modal kerja di atas. jika kredit modal kerja diperuntukkan bagi mereka yang ingin memulai usaha dari awal, namun jika jenis kredit ini diperuntukkan kepada para pelaku usaha yang sedang menjalankan usahanya, kredit ini khusus diberikan kepada para pedagang/ UKM dikarenakan adalah salah satu program pemerintah dalam mengembangkan UKM di negeri ini. nasabah memanfaatkan pinjaman ini untuk digunakan dalam menjalankan serta mengembangkan usahanya. Kredit Produktif, pinjaman yang diberikan oleh bank melalui pemberian modal usaha. Namun jenis pengembalian kredit ini agak sedikit berbeda dengan *system* kredit yang lain dalam pengembalian pinjamannya. Selain bisa melalui pembayaran secara kredit pada umumnya yakni dengan ditransfer atau setor ke bank, namun pengembalian kredit dalam pinjaman ini dapat juga dilakukan dari bagi hasil keuntungan usaha nasabah. Pada dasarnya tujuan dari kredit ini diharapkan dapat mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Sehingga. Transaksi ekonomi bisa tetap berjalan.

D. TABUNGAN ATAU SIMPANAN

Pada dasarnya fungsi dari bank ialah menyediakan suatu layanan terkait penyimpanan dari berbagai jenis aset dari mulai harta, benda berharga hingga surat berharga. Selain itu bank dipercaya dapat mengamankan aset para nasabah dengan baik, tanpa harus khawatir tentang pencurian atau kehilangan aset berharga mereka, selain itu bank juga memberikan apresiasi kepada nasabah atas kepercayaannya yang telah menyimpan aset berharganya kepada bank, selain itu aset mereka yang berupa harta seperti uang dikarenakan memiliki *value of money* maka hal tersebut berlaku kepada uang para nasabah yang telah disimpan ke dalam bank dengan diberikannya suatu keuntungan yakni berupa bunga bank. Hal tersebut terjadi di saat nasabah memakai jasa layanan dari bank yakni tabungan meskipun nominal uang yang di tabung tersebut tidak begitu besar, namun bank tetap akan memberikan bunga sesuai persentasenya. Berbagai cara yang diberikan kepada para nasabah oleh bank agar para nasabah dapat dengan mudah melakukan kegiatan penyimpanan uangnya di bank, maka bank Bank memberikan suatu metode transaksinya yakni bisa setor melalui buku tabungan maupun transfer melalui kartu debit. Atau Penarikan uang yang dapat dilakukan dengan menggunakan Time Deposit.

E. JENIS - JENIS TABUNGAN

Deposito, dalam konsepnya deposito merupakan suatu layanan simpanan seperti dengan konsep tabungan, hanya saja memiliki ketidaksamaan dalam jenjang waktunya. Dalam hal penarikan dananya, deposito tidaklah semudah seperti kita menarik dana dari tabungan. Karena penarikan dana deposito hanya dapat ditarik ketika sudah jatuh tempo masa waktunya. Berbicara tentang masa Jangka waktu jatuh tempo deposito, deposito memiliki bermacam-macam waktu jatuh tempo, mulai dari 3 bulan, 6 bulan, 1 tahun, dan seterusnya. Umumnya deposito digunakan sebagai tabungan untuk di masa nanti atau bahkan digunakan sebagai jaminan usaha. Hasil dari investasi deposito yakni berupa bunga deposito yang memiliki perhitungan hasil lebih besar ketimbang dengan bunga yang didapatkan dari hasil tabungan biasa. Jika simpanan tabungan lebih memiliki sifat aliran *cash* yang lebih fleksibel, maka simpanan

deposito suatu jenis tabungan perbankan yang memiliki masa waktu yang telah ditentukan. Dalam proses untuk pembuatan deposito diawali dengan sekali melakukan setoran simpanan deposito saat di awal saja. Lalu, nasabah akan diberikan pilihan jangka waktu uang deposito tersebut disimpan. Deposito bisa menjadi suatu investasi yang sangat disukai oleh para nasabah dikarenakan pendapatan bunga yang lebih besar dibandingkan dari bunga tabungan simpanan. Risiko akan penarikan cepat yang dilakukan oleh nasabah jika tidak sesuai dengan masa waktu yang telah disepakati. Maka, nasabah akan dikenakan denda, sesuai dengan pembahasan kontrak perjanjian di awal ketika pembuatan deposito. Giro, pada dasarnya giro memiliki kesamaan dengan tabungan, hanya saja jika giro merupakan suatu layanan yang bersifat simpanan yang di mana nantinya jika dilakukan penarikan dana dapat dilakukan kapan saja. Lantas yang membedakan tipe penarikan dana antara giro dengan simpanan biasa yaitu Jika tabungan biasa dalam hal penarikan dananya umumnya dilakukan dengan dua cara yakni dengan menggunakan buku tabungan atau dengan penarikan tunai di ATM, sedangkan jika tabungan giro penarikan dananya dilakukan dengan cara menggunakan cek atau bilyet giro. Keuntungan menggunakan giro dalam hal penarikannya yakni penarikan tabungan tersebut bisa dilakukan oleh siapa saja, dengan syarat kertas cek yang dimiliki telah diotorisasi oleh pemilik utama rekening tersebut. Perihal tentang jumlah besaran bunga untuk jenis tabungan giro, dikenakan biaya bunga yang paling rendah apabila dibandingkan dengan jenis simpanan lainnya. Tabungan, Simpanan DPK yang tersimpan di bank, apabila dilakukan penarikan, hanya boleh dilakukan dengan cara mendatangi langsung ke bank dan jumlah penarikan yang dilakukan tidak boleh melebihi dari ketentuan saldo tabungan minimal.

F. TRANSFER UANG DAN KLIRING

Berbagai layanan lain jasa bank menyediakan seperti layanan pengiriman uang baik antar rekening maupun antarbank atau yang disebut layanan media transfer, kemudahan dalam pembayaran melalui sistem transfer yakni dapat melakukan pembayaran untuk berbagai macam tagihan seperti internet, listrik, telepon ataupun iuran Kesehatan dan Ketenagakerjaan, serta pembelian produk seperti pulsa dan pembayaran

Online Shop. Tentunya kemudahan ini dapat dinikmati oleh para nasabah tanpa harus ditransaksikan di bank ataupun mesin ATM saja, melainkan dapat pula menggunakan kemudahan tersebut melalui aplikasi *E-banking* yang tersedia di dalam *smartphone* yang didapatkan dari masing-masing bank.

G. INVESTASI

Reksadana termasuk ke dalam jenis investasi yang sering dipergunakan dalam mengumpulkan dana dari investor, yang nantinya akan di investasikan ke dalam bentuk portofolio Efek yang dibantu oleh Manajer Investasi dalam pengkonversiannya. Dengan kata lain bahwa, Reksadana suatu *instrument* yang digunakan sebagai media investasi melalui pembelian Efek. Pada pengertian ini, bank memiliki fungsi sebagai penjual Efek dari investasi reksadana.

H. PRODUK PERBANKAN LAINNYA

Sejak awal pendirian bank, *lending* dengan *funding* hal tersebut sudah menjadi suatu jasa utama dari perbankan. seiring berjalannya waktu dan jaman, jasa keuangan perbankan semakin diminati oleh semua golongan masyarakat, terutama dalam hal segi produk yang dirasa oleh masyarakat sangat memudahkan mereka dalam bertransaksi. Pada dasarnya produk ini hanyalah bersifat pelengkap saja tidak menjadi fokus utama kegiatan bank (simpanan dan pinjaman). Adapun beragam produk di luar kegiatan bank yang cukup populer di masyarakat ialah sebagai berikut:

1. Produk Jasa Perbankan Dalam Negeri berupa :
Mendiskontokan surat-surat berharga, Membeli atau menjual surat-surat kredit, Pemberian jaminan, jual-beli surat-surat berharga pasar uang, Aktivitas jual-beli efek, jual-beli efek, Jasa penyimpanan dan Kartu kredit.
2. Produk Jasa Perbankan Luar Negeri terdiri dari:
mendistribusikan kredit untuk pembelanjaan impor dan ekspor, Mengeluarkan L/C komersial, Menerbitkan L/C wisata (*travelers L/C*), Mendiskontokan surat wesel luar negeri, Membeli atau menjual valuta asing, Menerbitkan surat wesel luar negeri, Mentransfer dana ke luar negeri melalui pos atau melalui telegram, Mengikuti informasi

perkembangan keadaan dan keuangan negara lain, Melaksanakan koleksi/penagihan cek surat wesel dan surat utang luar negeri, Melaksanakan pengurusan surat-surat angkutan di pelabuhan pengiriman ke luar negeri, Melaksanakan pembayaran L/C ekspor dan L/C wisata, Menjual cek wisata (*travelers' check*), Membayar tunai cek wisata, Mengikuti peraturan-peraturan tentang ekspor, dan penggunaan valuta asing yg dikeluarkan oleh pemerintah negara lain.

I. RANGKUMAN MATERI

Pengaruh pandemi Covid-19 memunculkan beberapa risiko yang mesti dihadapi perbankan yakni seperti kredit macet, risiko pasar, dan risiko likuiditas. Selain itu dampak dari pandemi Covid-19 juga mengakibatkan adanya gangguan dari sisi permintaan serta *supply*, Maraknya jumlah karyawan yang dirumahkan, menurunnya tingkat pendapatan menurunkan tingkat konsumsi masyarakat. Dampak yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 ini tidak main-main buktinya terjadi kepanikan yang terjadi di berbagai negara terutama saat masa awal pandemi Covid-19 benar-benar dinyatakan sebagai wabah yang berbahaya. Inilah alasan mengapa, perbankan dihadapkan oleh beberapa risiko yang mesti dihadapi seperti risiko kredit macet. Hingga akhirnya pemerintah turun tangan untuk meminimalisir kekacauan yang terjadi di pasar keuangan ini. Pinjaman berjangka waktu atau yang sering dikenal dengan sebutan kredit adalah suatu produk yang diberikan oleh bank kepada individu maupun kepada perusahaan yang telah melalui persyaratan yang telah ditetapkan oleh bank. Adapun Jangka waktu yang ditawarkan oleh bank pada dasarnya ditentukan oleh maksud dan tujuan peminjaman dana tersebut. *Capacity*, tentunya bank memiliki analisator yang akan menganalisis tentang kemampuan nasabah yang mengajukan peminjaman tersebut terhadap kemampuannya dalam membayar kreditnya di masa depan nanti sesuai dengan isi perjanjian kontrak waktu umur peminjaman sesuai dengan kesepakatan bersama. Biasanya analisis bank akan lebih berfokus melihat ke dalam tingkat kemampuan nasabah dalam mengatur pengeluarannya serta keuntungan yang milikinya. Kredit Konsumtif, kredit ini pada umumnya yang lebih sering diajukan oleh para nasabah bank dari

berbagai kalangan. Kredit Produktif, pinjaman yang diberikan oleh bank melalui pemberian modal usaha.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Sebutkan dan jelaskan jenis – jenis Kredit Bank?
2. Sebutkan serta jelaskan jenis – jenis macam Tabungan Bank?
3. Jelaskan Pengertian Transfer Uang dan Kliring?
4. Jelaskan Pengertian Investasi?
5. Sebutkan Jenis – Jenis Produk Perbankan Lainnya?

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika (2019). Mengetahui Jenis Produk Perbankan untuk Mengatur Keuangan. Ajaib. 1 October, 2020 diambil dari <https://ajaib.co.id/mengenal-jenis-produk-perbankan-untuk-mengatur-keuangan/>
- Ismail. (2011). Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Praktik. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Pratama, W.,P. (2020). Ini 3 Risiko Perbankan Akibat Pandemi Covid-19. 1 October, 2020 diambil dari <https://finansial.bisnis.com/read/20200610/90/1250751/ini-3-risiko-perbankan-akibat-pandemi-covid-19>.
- Syaifuddin, D.,T. (2007). Manajemen Perbankan (Pendekatan Praktis). Unhalu Press, Kendari.



SUMBER MODAL BANK

Marlya Fatira AK, S.E., M.Si.
Politeknik Negeri Medan

A. PENDAHULUAN

Sering muncul dalam pikiran masyarakat awam, bagaimana sebuah bank memperoleh modalnya sehingga dapat menyalurkan dana kepada masyarakat? Pertanyaan tersebut yang akan diuraikan jawabannya dalam bab ini. Sebagaimana telah tertera dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan, disampaikan bahwa “bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Pesan tersebut menyampaikan bahwa sebuah bank hadir dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat banyak. Bank hadir untuk memfasilitasi dan menjadi perantara dari pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus dana) kepada pihak yang membutuhkan dana (defisit dana). Melalui peran bank tersebut maka bank mengelola sumber modalnya dari satu pihak ke berbagai pihak yang berkepentingan terhadap modal yang ada. Berikut ini adalah sumber modal yang dikelola sebuah bank.

B. SUMBER MODAL BANK

Sumber modal bank adalah sumber dana yang diperoleh bank dari hasil usahanya mulai awal proses pendirian bank sampai dengan ketika bank itu sudah berdiri dan memperoleh izin usaha. Secara garis besar bank memperoleh sumber modal dari tiga pihak, yaitu: sumber dana dari bank itu sendiri, sumber dana dari masyarakat, dan sumber dana dari Lembaga perbankan.

1. Sumber Dana Pihak Pertama (Modal Bank sendiri)

Sumber dana pihak pertama adalah sumber dana bank yang bersal dari modal bank itu sendiri. Sumbernya diperoleh dari pemegang saham, cadangan laba merupakan laba yang setiap tahun dicadangkan oleh bank dan sementara waktu belum digunakan, laba bank yang belum dibagi.

- a. Modal yang disetor oleh para pemegang saham. Sumber utama dari modal perusahaan adalah saham. Sumber dana ini hanya akan timbul apabila pemilik menyertakan dananya pada bank melalui pembelian saham dan untuk penambahan dana berikutnya dapat dilakukan oleh bank dengan mengeluarkan dan menjual tambahan saham.
- b. Cadangan, yaitu sebagian laba bank yang tidak dibagi, yang disisihkan untuk menutup timbulnya risiko kerugian di kemudian hari.
- c. Laba ditahan, yaitu sebagian laba yang seharusnya dibagi kepada para pemegang saham, tetapi oleh para pemegang saham sendiri (melalui rapat Umum Pemegang Saham) diputuskan untuk ditanam kembali dalam bank. Laba ditahan ini juga merupakan cara untuk menambah dana modal lebih lanjut.

Modal bank sendiri ini sangat penting bagi kelangsungan usaha sebuah bank. Disebabkan pentingnya modal sendiri pada sebuah bank, maka Bank Indonesia sebagai pengatur regulasi bank di Indonesia menentukan agar sebuah bank memiliki standar minimal modal sendiri dibandingkan dengan total nilai Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR). Proporsi ini lebih dikenal dengan *Capital Adequacy Ratio* atau disingkat dengan CAR. Jadi bank melakukan perhimpunan dana sendiri berupa modal disetor, dana dan penjualan saham di bursa efek, akumulasi laba ditahan, cadangan-cadangan, dan agio saham.

Dalam kondisi normal, Indonesia melalui Bank Indonesia menetapkan CAR minimum sebesar 8%, dan secara berkala diupayakan untuk ditingkatkan sampai 12%. Nilai CAR bank yang rendah mengindikasikan kemampuan suatu bank untuk bertahan saat mengalami kerugian atau kesulitan keuangan juga rendah. Kondisi ini akan menjadikan modal sendiri yang dimiliki bank cepat habis guna dipakai untuk menutupi kerugian, dan bila kerugian yang dialami bank sudah melebihi modal sendiri, maka kemampuan bank tersebut untuk memenuhi kewajiban kepada masyarakat menjadi sangat diragukan. Demikian juga, kemampuan untuk mengembalikan dana simpanan masyarakat juga menjadi diragukan. Tentunya turunnya kemampuan bank dalam mengelola modal sendiri akan berakibat pada menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Kondisi akhirnya akan berakibat tidak baik terhadap kelangsungan usaha bank. Mengingat bank adalah lembaga keuangan yang hadir dan tumbuh atas dasar kepercayaan, yaitu kepercayaan penitip dana dan pengguna dana modal yang tersedia di bank tersebut.

2. Sumber Dana Pihak ketiga (Sumber dana dari masyarakat)

Sumber dana modal bank dari masyarakat dikenal dengan istilah sumber dana pihak ketiga. Dana ini diperoleh dari kontribusi masyarakat luas yang meletakkan dananya di bank pada produk tabungan (*saving deposit*), giro (*demand deposit*) dan deposito (*time deposit*) baik dari nasabah perorangan maupun nasabah badan usaha atau korporasi.

a. Giro (*demand deposit*)

Giro merupakan produk dana pihak ketiga yang dikenal dengan sumber dana jangka pendek. Disebut demikian karena dana pada giro perputarannya sangat dinamis, *cash flow* nya cepat. Produk ini ditujukan untuk kegiatan usaha atau bisnis dari nasabahnya. Sarana penarikan dana pada produk giro adalah cek dan bilyet giro. Melalui penggunaan sarana tersebut maka pemegang rekening giro dapat melakukan transaksi keuangan secara efisien tanpa harus menggunakan uang tunai. Cek dan Bilyet giro menjadi sarana transaksi keuangan pengganti uang, atau juga dikenal dengan istilah uang giral. Setiap pemegang produk giro akan menerima buku cek dan buku bilyet giro.

Apakah itu Cek dan Bilyet Giro? Berikut ini akan dibahas satu persatu. Cek adalah perintah tidak bersyarat dari nasabah kepada bank untuk membayar sejumlah uang tertentu pada saat penyerahannya atas beban rekening penarik cek. Cek dapat ditarik atau diterbitkan oleh pemegang rekening giro (giran) atas unjuk atau atas nama dan tidak dapat dibatalkan oleh penarik, kecuali cek tersebut dinyatakan hilang atau dicuri dengan bukti dari kepolisian. Cek berlaku selama 70 hari, jadi pengunjukan cek untuk dapat dibayarkan adalah maksimal 70 hari dari sejak tanggal cek tersebut ditandatangani. Proses transaksi dengan menggunakan cek akan menghasilkan uang tunai. Berbeda dengan Bilyet Giro, bilyet giro akan menghasilkan transaksi non tunai, walaupun diproses melalui *teller*.

Bilyet giro merupakan perintah tertulis nasabah terhadap bank untuk melakukan kegiatan pemindahbukuan sejumlah uang atas beban rekening penarik (nasabah pembawa bilyet giro) pada tanggal tertentu sebagaimana tertera pada bilyet giro. Kondisi ini akan menjadikan munculnya transaksi pemindahan saldo dengan mendebet rekening pemilik giro untuk dipindahkan kepada rekening pembawa bilyet giro dengan cara mengkreditkan transaksinya. Inilah yang dikenal dengan transaksi non tunai.

Dalam mengelola sumber dana modal dari produk giro ini, bank memberikan jasa giro. Jasa giro ini menjadi pendapatan bagi pemilik rekening giro. Jasa giro merupakan imbalan yang diberikan oleh bank kepada giran atas sejumlah saldo gironya yang mengendap di bank. Besaran Jasa giro ini relatif lebih kecil dibandingkan dengan bunga pada simpanan bentuk tabungan maupun deposito berjangka. Hal ini yang menjadikan giro dikenal sebagai dana murah bagi bank.

b. Tabungan (*saving deposit*)

Tabungan merupakan produk simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang disepakati. Cara penarikan dana pada rekening tabungan adalah melalui buku tabungan, *cash card* atau kartu ATM, dan debit *card*. Dana yang tersimpan pada produk tabungan tidak dapat ditarik dengan menggunakan cek atau bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu.

Dilihat dari fleksibilitas penarikan dana tabungan, maka dapat dikategorikan pertengahan antara giro dan deposito berjangka. Lebih fleksibel dari produk deposito berjangka, namun tidak sefleksibel giro. Kondisi ini menjadikan besaran imbal bunga dari produk tabungan lebih besar dari giro namun lebih kecil dari deposito. Ditinjau dari sisi bank, penghimpunan dana melalui tabungan biayanya termasuk lebih murah daripada deposito, tetapi lebih mahal dibandingkan giro.

c. Deposito berjangka (*time deposit*)

Deposito berjangka merupakan sumber dana yang memiliki kepastian untuk bank, karena bank dapat memastikan dana tidak diambil nasabah untuk jangka waktu tertentu bisa 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan atau 12 bulan sesuai dengan kesepakatan janji jangka waktu saat nasabah mengajukan pembukaan deposito berjangka. Kondisi ini menjadikan bank memiliki peluang untukantisipasi penggunaan dana dan penyediaan dana sesuai waktu yang telah ditentukan di awal dengan nominal tertentu. Konsekuensi dari kelebihan yang dimiliki pada produk deposito ini adalah biaya yang harus dibayar oleh bank *relative* lebih besar dibandingkan dengan simpanan dalam bentuk lain. Bagi Nasabah besar bunga yang diberikan bank akan menarik dan diinginkan nasabah untuk membuka deposito berjangka ini.

d. Produk baru dalam penghimpunan dana dari masyarakat:

1) Sertifikat deposito

Merupakan hasil pengembangan dana deposito berjangka, di mana melalui Sertifikat deposito ini maka deposito berjangka yang memiliki bukti simpanan, maka dapat diperjualbelikan. Keadaan ini menjadikan penarikan sertifikat deposito pada saat jatuh tempo dapat dilakukan atas unjuk, alhasil siapa pun yang memegang bukti simpanan tersebut dapat menguangkannya pada saat jatuh tempo. Karakteristik lain sertifikat deposito adalah dalam hal pembayaran bunganya, bahwa deposito berjangka bunga dibayarkan setelah dana mengendap, bunga sertifikat deposito ini dibayarkan di muka, yaitu pada saat nasabah menempatkan dananya dalam bentuk deposito.

2) Deposit on *call*

Deposit on *call* merupakan jenis simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan pemberitahuan lebih dahulu dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah. Nilai besaran dana yang akan ditarik akan menentukan waktu pemberitahuan kepada bank. Semakin besar nilai uang, maka waktu pemberitahuan harus lebih awal. Tingkat bunga yang diberikan pada deposit on *call* biasanya ditetapkan lebih rendah daripada tingkat bunga deposito berjangka dan lebih tinggi daripada jasa giro. Deposit on *call* umumnya dilakukan oleh nasabah yang tidak selalu setiap saat melakukan penarikan dana, melainkan dapat diprediksi dalam jangka waktu tertentu. Biasanya Deposit on *call* ini disukai oleh perusahaan dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

3) Rekening giro terkait tabungan

Produk lainnya adalah Rekening giro yang terkait dengan tabungan. Produk ini muncul untuk memenuhi kebutuhan nasabah terhadap kombinasi keunggulan produk giro dan tabungan. Di satu sisi fleksibilitas produk giro dalam transaksi keuangan sangat menarik minat nasabah, namun di sisi lain nilai imbal hasil yang murah dari produk giro kurang menarik, justru menarik imbal hasil dari produk tabungan. Keadaan ini menjadikan nasabah mengoneksikan rekening gironya dengan tabungan melalui kebijakan bank. Dalam hal ini bank memberikan fasilitas khusus berupa pemindahan sebagian saldo rekening tabungan ke rekening giro. Fasilitas ini memungkinkan nasabah menikmati Rekening giro yang terhubung ke tabungan. Logika umumnya yang dilakukan nasabah yaitu mempertahankan saldo rekening giro serendah mungkin selama sesuai untuk penuhi kebutuhan transaksinya. Kemudian bila saldo rekening giro ini kecil, nasabah akan memindahkan sebagian dana tabungannya ke rekening giro dan sebaliknya.

3. Sumber Dana Pihak kedua (Sumber dana dari Lembaga lain)

Dana Pinjaman antar bank
Kebutuhan pendanaan kegiatan usaha suatu bank dapat juga diperoleh dari pinjaman jangka pendek dan menengah, dan bank lain. Bank dalam memperoleh modal juga berupaya

memperoleh dari Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), Pinjaman antar bank (*Call Money*), Pinjaman dari bank-bank luar negeri, merupakan pinjaman yang diperoleh perbankan dari pihak luar negeri, dan Surat Berharga Pasar Uang (SBPU). Berikut ini adalah penjelasannya:

- a. *Call Money*, digunakan untuk memenuhi suatu kebutuhan dana yang lebih terencana dalam rangka pengembangan usaha atau meningkatkan penerimaan bank, jadi bukan untuk kebutuhan jangka pendek dan mendesak.
- b. Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI), merupakan fasilitas Kredit dari Bank Indonesia yang diberikan untuk bank yang sedang mengalami kesulitan likuiditas. Penyebab kesulitan likuiditas yang dialami bank biasanya dapat disebabkan oleh kalah kliring, atau *rush* (penarikan dana oleh nasabah) pada suatu bank. Bank Indonesia akan tetap memberikan BLBI selama bank telah memenuhi peraturan dan syarat minimum dalam likuiditas selama operasionalnya. Misalnya senantiasa patuh dalam pelaporan keuangan, menjaga nilai CAR, dan sebagainya sesuai ketentuan Bank Indonesia.
- c. Sumber dana lain Selain berasal dari dana sendiri, dana deposan, dan dana pinjaman, sumber penghimpunan dana dapat juga berasal dari sumber-sumber lain yang tidak dapat digolongkan dalam jenis dana di atas. Sumber dana yang lain selalu berkembang sesuai dengan perkembangan usaha perbankan dan perekonomian secara umum. Dana tersebut bisa mencakup:

- 1) Dana Setoran jaminan (STORJAM)

STORJAM merupakan sejumlah dana yang wajib diserahkan oleh nasabah yang menerima jasa-jasa tertentu dari bank. Nasabah tersebut menyerahkan STORJAM karena jasa-jasa yang diberikan oleh bank mengandung risiko finansial tertentu yang ditanggung oleh pihak bank. STORJAM ini juga dibutuhkan sebagai dana untuk menutup sebagian kerugian bank yang mungkin timbul akibat terjadinya risiko. Berikut ini merupakan beberapa jasa bank yang membutuhkan STORJAM, yaitu *Letter of Credit* (LC) dan Bank Garansi (BG). Keberadaan Dana STORJAM yang tersimpan di bank tidak menimbulkan kewajiban pada bank untuk memberikan pendapatan bunga, sehingga dana ini merupakan dana murah dan

dapat digunakan bank untuk kegiatan usahanya. Sifat dana STORJAM ini hanya mengendap di bank untuk jangka pendek dan menengah sesuai jangka waktu jasa yang diberikan oleh bank, karenanya penggunaan dana STORJAM ini harus disesuaikan dengan jangka waktu STORJAM.

- 2) Dana transfer Salah satu jasa yang diberikan bank adalah pemindahan dana

Dalam transaksi pemindahan dana atau pemindahbukuan antara rekening dana uang tunai ke suatu rekening, atau dan suatu rekening untuk kemudian ditarik tunai. Sebelum dana transfer ini ditarik oleh penerima transfer atau selama masih mengendap di bank, dana ini dapat digunakan oleh bank untuk mendanai kegiatan usahanya. Dana ini hanya akan mengendap di bank untuk jangka waktu yang sangat singkat, namun sumber dana ini digolongkan sebagai sumber dana yang tidak berbiaya. Dana transfer yang tersimpan di bank tidak menimbulkan kewajiban bagi bank untuk memberikan imbal jasa berupa bunga, sehingga dana ini merupakan dana murah bagi bank. Mengingat dana transfer biasanya hanya mengendap dalam waktu singkat, dana ini termasuk dana jangka pendek.

- 3) Surat berharga pasar uang

SBPU merupakan salah satu *instrument* pasar uang yang diperkenalkan sejak adanya paket perbankan tahun 1980. Surat Berharga Pasar Uang (SBPU) sebagai salah satu instrumen yang digunakan pihak bank untuk menghimpun dana, sifatnya adalah jangka pendek dan dapat diperjualbelikan dengan cara di diskonto oleh Bank Indonesia. Ketika suatu bank mempunyai kelebihan likuiditas, bank tersebut dapat membeli berbagai jenis SBPU, kemudian menjualnya kembali pada saat mengalami kekurangan likuiditas.

- 4) Diskonto Bank Indonesia

Merupakan fasilitas penyediaan dana jangka pendek oleh BI dengan cara pembelian proses yang diterbitkan oleh bank-bank atas dasar diskonto. Fasilitas diskonto ini merupakan upaya terakhir bank umum dalam memperoleh bantuan dari Bank

Sentral sebagai *lender of last resort*. Fasilitas diskonto ini dapat dibagi dua, yaitu Fasilitas diskonto I dan Fasilitas Diskonto II. Fasilitas Diskonto I disediakan dalam rangka memperlancar pengaturan dana bank sehari-hari, sedangkan Fasilitas Diskonto II diberikan untuk memudahkan bank dalam menanggulangi kesulitan pendanaan karena rencana pengerahan dana tidak sesuai dengan penarikan kredit jangka menengah atau panjang oleh nasabah (*mismatch*).

C. RANGKUMAN MATERI

Berdasarkan materi yang telah disampaikan, maka dapat dibuat rangkuman materi sebagai berikut:

1. Modal bank bersumber dari 3 sumber yaitu modal sendiri, sumber dana masyarakat luas, dan sumber dana pinjaman pada Lembaga lainnya.
2. Sumber dana pihak pertama adalah sumber dana bank yang bersal dari modal bank itu sendiri. Sumbernya diperoleh dari pemegang saham, cadangan laba merupakan laba yang setiap tahun dicadangkan oleh bank dan sementara waktu belum digunakan, laba bank yang belum dibagi.
3. Dana Pinjaman antar bank Kebutuhan pendanaan kegiatan usaha suatu bank dapat juga diperoleh dari pinjaman jangka pendek dan menengah, dan bank lain. Bank dalam memperoleh modal juga berupaya memperoleh dari Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI), Pinjaman antar bank (*Call Money*), Pinjaman dari bank-bank luar negeri, merupakan pinjaman yang diperoleh perbankan dari pihak luar negeri, dan Surat Berharga Pasar Uang (SBPU).
4. Sumber dana modal bank dari masyarakat dikenal dengan istilah sumber dana pihak ketiga. Dana ini diperoleh dari kontribusi masyarakat luas yang meletakkan dananya di bank pada produk tabungan (*saving deposit*), giro (*demand deposit*) dan deposito (*time deposit*) baik dari nasabah perorangan maupun nasabah badan usaha atau korporasi.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskanlah sumber dana modal bagi sebuah bank yang berasal dari modal sendiri.
2. Jelaskanlah produk apa sajakah yang digunakan bank untuk memperoleh dana dari masyarakat luas?
3. Apakah fungsi sumber dana pinjaman dari BLBI yang diperoleh bank umum dari Bank Indonesia?
4. Uraikanlah keunggulan produk tabungan, giro dan deposito sebagai sumber modal bagi bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, Nurma. 2016. Manajemen Dana Bank Syariah. Jurnal Ilmu Syariah: Al-Maslahah. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak. pdfs.semanticscholar.org
- Wati, Enny. 2019. Sumber-sumber Dana Bank. INA-Rxiv, 26 Mar. 2019. Web. <https://osf.io/preprints/inarxiv/fb2zu/>
- Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1998/10Tahun~1998UU.htm>.
- Peraturan Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Contents/Default.aspx>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/12/PBI/2013 tanggal 12 Desember 2013 tentang Kewajiban Penyediaan Modal Minimum Bank Umum. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/default.aspx>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/11/PBI/2013 tanggal 22 November 2013 tentang Prinsip Kehati-hatian dalam Kegiatan Penyertaan Modal. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/default.aspx>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/7/PBI/2013 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 12/19/PBI/2010 tentang Giro Wajib Minimum Bank Umum Pada Bank Indonesia dalam Rupiah dan Valuta Asing. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/default.aspx>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/26/PBI/2012 tanggal 27 Desember 2012 tentang Kegiatan Usaha dan Jaringan Kantor Berdasarkan Modal Inti Bank. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-bank-indonesia/default.aspx>



BAB
4

MANAJEMEN AKTIVA DAN PASIVA

Dani Sugiri, S.E., S.S.T., M.Ak.
Politeknik Keuangan Negara STAN

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi yang dibarengi dengan perkembangan industri keuangan yang begitu cepat berpengaruh pada aktivitas bisnis, tidak terkecuali pada bisnis jasa perbankan. Perbankan pada era modern mau tidak mau menghadapi berbagai aspek permasalahan pengelolaan aset yang rumit. Hal ini dikarenakan portofolio yang dimiliki oleh perbankan pada umumnya diatur secara *rigid* oleh otoritas. Pada umumnya perbankan memiliki beberapa macam aset yang membentuk portofolio yang dimiliki olehnya seperti halnya *cash deposit, bond, securities, mortgage, loans*, dan berbagai jenis derivatif lainnya. Pengelolaan aset di dunia perbankan sedemikian kompleksnya bahkan tidak sedikit perbankan yang juga mengelola aset berupa mata uang asing.

Untuk mengelola aset yang sedemikian banyak dalam periode bertahun-tahun lamanya, dan dengan mempertimbangkan perubahan kondisi perekonomian baik domestik maupun internasional, maka perbankan perlu memikirkan strategi pengelolaan aset yang baik. salah satu strategi untuk dapat bertahan adalah dengan memiliki aset-aset yang

cukup likuid apabila dibandingkan dengan kebutuhan operasional secara umum.

Manajemen aktiva pasiva (MAP) atau biasa disebut *asset liability management* (ALMA) merupakan fokus utama dalam manajemen bank secara umum (Anam, 2009). Bank pada hakikatnya adalah lembaga intermediasi antara penabung dan investor (Parmujiyanto, 2017). Setiap bank perlu menerapkan manajemen aktiva dan pasiva perbankan, apalagi di tengah persaingan antar bank yang makin meningkat secara tajam. Oleh karena itu, kegiatan pengelolaan penghimpunan dan pengalokasian dana dari masyarakat harus menempatkan bank pada posisi yang dapat menjamin kesinambungan dan eksistensi bank tersebut. Kedua sisi neraca suatu bank, yaitu sisi pasiva yang menggambarkan sumber dana dan sisi aktiva yang menggambarkan penggunaan (alokasi) dan harus dikelola secara efisien, efektif, produktif dan liabilitas tersebut (Rivai et al., 2007).

Tulisan pada bab ini akan membahas seluk-beluk Manajemen Aktiva dan Pasiva Perbankan atau Banking *Asset Liability Management* (ALMA) Perbankan. Dengan membaca bagian ini, setelah membaca bab ini, diharapkan pembaca akan memahami mengenai MAP atau ALMA pada perbankan.

B. MENGENAL ASSET LIABILITY MANAGEMENT (ALMA)

Asset liability management (ALMA) adalah suatu proses pengelolaan aktiva dan pasiva secara terpadu berkesinambungan untuk mencapai keuntungan dalam situasi usaha yang tidak menentu (Anam, 2009). *Asset Liability Management* (ALMA) dalam praktek perbankan merupakan manajemen dana (Syaifuddin, 2007). ALMA banyak dimanfaatkan dalam mencari jalan keluar masalah pendanaan dalam dunia perbankan. Sinkey Jr. (2002) dalam Syaifuddin (2007) menyatakan bahwa ALMA adalah manajemen *spread*, yaitu memelihara agar terjadi *spread* positif antara tingkat bunga dalam pos pendapatan bunga dari bagian *asset* dengan biaya bunga dari bagian *passiva* neraca. *Spread* dapat diartikan perbedaan antara tingkat bunga sumber dana dengan tingkat bunga dari bagian sisi pasiva yaitu kewajiban (Syaifuddin, 2007). Menurut Darwis (2019) dan Parmujiyanto (2017), ALMA dilakukan melalui proses operasionalisasi dari fungsi-fungsi manajemen yang meliputi *planning*, *organizing*,

leading/actuating dan *controlling* (POAC). Jadi dapat dikatakan bahwa *Asset and Liability Management* (ALMA) merupakan proses mengelola aktiva dan pasiva secara terpadu dan dimaksudkan untuk mencapai keuntungan bank.

Aktiva dan pasiva adalah dua sisi dari gambaran keuangan bank di mana keduanya menggambarkan pos-pos keuangan bank baik yang berbentuk kekayaan atau harta milik bank maupun hal-hal yang menggambarkan posisi utang, kewajiban dan modal. Keduanya harus mencapai keseimbangan di mana faktor yang dapat menyeimbangkan di antara keduanya adalah rugi dan laba dari bank tersebut (Helmi, 2019). Pos-pos aktiva dan pasiva suatu bank adalah sebagaimana dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Pos-pos Aktiva dan Pasiva Sebuah Bank

Pos-pos Aktiva	Pos-pos Pasiva
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kas ▪ Giro pada BI ▪ Giro pada bank lain ▪ Surat berharga ▪ Kredit yang diberikan ▪ Penyertaan ▪ Pendapatan yang diterima ▪ Biaya dibayar di muka ▪ Uang muka pajak ▪ Aktiva tetap ▪ Aktiva sewa guna usaha ▪ Aktiva lain-lain 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Giro ▪ Tabungan ▪ Deposito berjangka ▪ Sertifikat deposito ▪ Surat berharga yang diterbitkan ▪ Pinjaman yang diterima ▪ Kewajiban sewa guna usaha ▪ Beban yang masih harus dibayar ▪ Taksiran hutang pajak ▪ Kewajiban lain-lain ▪ Pinjaman subordinasi ▪ Modal pinjaman ▪ Hak minoritas ▪ Ekuitas

Sumber: Helmi (2019).

1. Pentingnya ALMA

Manajemen Aktiva dan Pasiva (MAP) atau ALMA diperlukan oleh dua perbankan karena berbagai alasan. Berikut ini adalah beberapa alasan yang menjelaskan pentingnya tersebut.

- a. Meningkatnya biaya operasi untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah bank.
- b. Tingkat bunga bank sering berubah, terutama dengan adanya kelesuan perekonomian akibat pandemi COVID-19.
- c. Terdapat potensi perubahan struktur dana dalam suatu bank.

- d. Terjadi perubahan komposisi *asset* suatu bank.
- e. Meningkatnya kebutuhan modal bank dalam ekspansi dan pemenuhan kebutuhan pembiayaan masyarakat.
- f. Persaingan yang semakin tajam antar bank, baik antar bank konvensional dengan bank syariah, maupun antar bank pemerintah dengan bank swasta.
- g. Perubahan teknologi dalam dunia perbankan seiring dengan perkembangan digitalisasi transaksi dan *fintech*.
- h. Terdapat krisis ekonomi dan terbatasnya ketersediaan dana di pasar uang.
- i. Meningkatnya perhatian masyarakat atas pengukuran dan penilaian kinerja perbankan.

2. Fungsi ALMA

Pada prinsipnya, inti dari ALMA adalah proses koordinasi hubungan timbal balik antara sumber-sumber dan penggunaan dana berdasarkan keputusan dan rencana jangka pendek. Fokus ALMA adalah mengkoordinasikan portofolio aset/liabilitas bank agar dapat memaksimalkan profit bagi bank dan hasil yang dibagikan kepada para pemegang saham dalam jangka panjang dengan memperhatikan kebutuhan likuiditas dan ke hati-hatian (Prasetia, 2018). Proses MAP bervariasi antara satu bank dengan bank lain tergantung pada jenis dan ukuran bank, lokasi operasi, teknologi administrasi bank, tenaga kerja dan aspek filosofi.

Secara organisasi, ALMA berfungsi sebagai pemberi rekomendasi kepada manajemen bank agar dapat memitigasi risiko sebaik-baiknya dan mengoptimalkan keuntungan. Selain itu, ALMA juga diharapkan dapat menjaga agar manajemen bank tidak melanggar ketentuan yang berlaku.

3. Tujuan Implementasi ALMA

Tujuan pokok dari ALMA adalah menyusun portofolio aktiva dan pasiva yang mampu memaksimalkan keuntungan bagi pemilik bank (Helmi, 2019; Natasa, 2018). ALMA ditujukan untuk untuk mengoptimisasi struktur neraca dalam mencapai tingkat laba terbaik dengan tingkat risiko yang terkendali (Darwis, 2019). Secara umum ALMA ditujukan untuk

meningkatkan nilai bank dan menjamin *going concern* bank. Untuk itu, manajemen aset ditujukan untuk mendapatkan keuntungan dan mengurangi biaya (Parmujianto, 2017). Lebih lanjut, ALMA dimaksudkan untuk mengeliminasi risiko antara lain risiko likuiditas, risiko suku bunga, risiko nilai tukar dan risiko operasional dalam menunjang pencapaian keuntungan bank (Natasa, 2018). Selanjutnya, tujuan tersebut dapat dijabarkan ke dalam beberapa tujuan spesifik sebagai berikut.

- a. memilihkan model perencanaan keuangan yang sesuai dalam manajemen dana bank jangka pendek;
- b. menyusun portofolio aktiva dan pasiva pada titik yang paling menguntungkan;
- c. mengelola risiko-risiko yang mungkin muncul dalam kegiatan bisnis sehari-hari;
- d. menjaga pertumbuhan bank yang wajar;
- e. mengoptimisasi pendapatan bank;
- f. menjaga dan mempertahankan likuiditas bank;
- g. mendukung pembentukan cadangan yang dapat digunakan sewaktu-waktu apabila diperlukan;
- h. meningkatkan *trust* masyarakat akan kemampuan bank dalam memelihara dana masyarakat yang dipercayakan pengelolaannya kepada bank; dan
- i. memenuhi kebutuhan masyarakat akan permintaan layanan pembiayaan/kredit untuk berbagai kebutuhan.

4. Pengelola ALMA

ALMA pada suatu bank dikelola oleh komite yang disebut sebagai *Asset and Liability Committee* (ALCO). ALCO secara organisasi tidak menjadi bagian dari struktur manajemen bank. Namun demikian, aktivitas ALMA tetap terlaksana dan dikoordinasikan dalam suatu tim kerja lintas divisi. Umumnya ALCO secara operasional berada di bawah Divisi *Treasury*. ALCO dipimpin oleh wakil direktur utama atau direksi yang membidangi *treasury*. Kepala Divisi *Treasury* umumnya sebagai ketua pelaksana dengan anggota yang berasal dari lintas divisi seperti divisi riset dan pengembangan, divisi kredit, divisi administrasi dan divisi *treasury* sendiri.

C. LINGKUP DAN PENDEKATAN ALMA

Menurut Darwis (2019), ALMA dilakukan melalui kegiatan yang saling terkoordinasi dalam bidang pengelolaan struktur neraca yang meliputi permodalan (*equity*), pemupukan atau penghimpunan dana (*pooled of funds*), dan penggunaan dana (*asset allocation*) atau kegiatan *lending* (peminjaman). Pengelolaan dana dari sisi aktiva suatu neraca kita kenal sebagai manajemen aktiva (*aktiva management*), sedangkan pengelolaan sumber dana kita kenal sebagai manajemen kewajiban (*liability management*).

ALMA dapat dilihat dari tiga pendekatan, yaitu pendekatan pengumpulan dana (*pool of fund*), pendekatan alokasi aset (*asset allocation approach*), pendekatan manajemen liabilitas (*liability management approach*).

1. Pendekatan Pengumpulan Dana (*Pool of Fund Approach*)

Pendekatan ini dikenal di kalangan bankir sejak tahun 1930 s.d. 1940-an ketika depresi melanda pasar uang Eropa. *Pool of fund approach* memiliki asumsi bahwa dana bank yang diperoleh dari berbagai sumber akan diperlakukan sebagai dana tunggal (*single fund*), sehingga sumber dana tersebut tidak lagi dapat diidentifikasi secara individual (Prasetya, 2018). Pendekatan ini berpandangan bahwa penempatan atau alokasi dana bank dapat dilakukan dengan tidak memperhatikan informasi berkaitan dengan sumber dana (Natasa, 2018). Informasi tersebut maksudnya adalah jenis, sifat, jangka waktu, dan tingkat biaya atau harga perolehan dana.

Dana yang telah dihimpun oleh bank akan dialokasikan ke dalam berbagai aset berdasarkan prioritas dan strategi penggunaan dana yang telah ditetapkan oleh bank.

- a. Prioritas pertama adalah pemenuhan kebutuhan cadangan primer (*primary reserves*). Cadangan primer tersebut berupa transaksi likuiditas wajib minimal (yang ditetapkan oleh Bank Indonesia selaku bank sentral), transaksi dengan bank deposan, permintaan kredit oleh koresponden, penarikan dana oleh masyarakat, dan kebutuhan operasional harian bank.
- b. Prioritas kedua adalah pemenuhan cadangan sekunder (*secondary reverses*). Cadangan sekunder diperlukan untuk berjaga-jaga apabila

cadangan primer tidak mencukupi kebutuhan likuiditas jangka pendek atau tidak dapat diperkirakan.

- c. Prioritas ketiga adalah pinjaman (*loan*) atau penyaluran kredit. Penyaluran kredit umumnya mendominasi penggunaan dana bank. Penyaluran kredit ini dapat dianggap sebagai sumber likuiditas karena adanya pembayaran cicilan oleh debitur.
- d. Prioritas keempat adalah *investment*, misalnya dengan penanaman pada bentuk surat-surat berharga jangka panjang. Bentuk investasi dapat dilakukan pada berbagai surat berharga jangka panjang seperti obligasi negara atau obligasi perusahaan, baik obligasi konvensional maupun obligasi syariah (sukuk).
- e. Prioritas kelima adalah penanaman pada aset tetap (*fixed asset*). Penanaman pada aset tetap hendaknya dibiayai dengan model bank sendiri. Dalam mengalokasikan pada aset tetap perlu memperhatikan ketentuan Bank Sentral.

Pool of funds approach memiliki kelebihan karena pengelolaannya sederhana dan tidak kompleks. Namun demikian pendekatan ini memiliki kekurangan sulit memprediksi kebutuhan standar dari likuiditas.

2. Pendekatan Alokasi Aset (*Asset Allocation Approach*)

Pendekatan ini merupakan koreksi atas konsep atau pendekatan *pool of fund approach* dan sering pula disebut *conversion of funds approach*. Menurut pendekatan ini, tidak realistis melihat total dana yang dihimpun bank merupakan dana tunggal, karena realitanya berasal dari banyak sumber dengan jenis dan sifat berbeda (Prasetia, 2018). Pendekatan *Asset Allocation Approach* berpandangan bahwa penempatan dana ke berbagai aktivitas dilakukan dengan menyesuaikan jenis, sifat, jangka waktu, dan tingkat biaya atau harga perolehan masing-masing sumber dana (Natasa, 2018). Dana dengan sifat perputaran cukup tinggi disarankan digunakan dalam cadangan primer dan cadangan sekunder. Sebaliknya, dana dengan perputaran yang relatif lebih rendah, disarankan untuk disalurkan dalam pemberian kredit dan aktiva jangka panjang lainnya.

Asset Allocation Approach memiliki kelebihan dapat mengalihkan penekanan likuiditas kepada isu profitabilitas. Pendekatan ini dapat menghasilkan jumlah rata-rata cadangan likuiditas yang lebih kecil, sehingga dana dapat dialokasikan atau dialihkan untuk penyaluran kredit atau investasi. Namun di sisi lain, pendekatan ini dianggap lemah karena keputusan mengenai kebutuhan jumlah likuiditas diperkirakan atas perputaran simpanan yang bisa saja meleset.

3. Pendekatan Manajemen Kewajiban (*Liability Management Approach*)

Apabila *Pool of Fund Approach* dan *Asset Allocation Approach* lebih banyak menekankan pada persoalan alokasi dana kepada berbagai alternatif pembiayaan (sisi aktiva), maka pendekatan *liability management* lebih menekankan pada sisi sumber dana (sisi pasiva). Melalui *Liability Management Approach* ini, bank diharapkan tidak lagi mengandalkan sumber dana tradisional melainkan mencoba mengembangkan sumber dana non tradisional (Helmi, 2019). Sumber dana tradisional di sini adalah giro, tabungan, dan deposito; sedangkan sumber dana non-tradisional adalah melalui penerbitan dan penjualan sertifikat deposito sekaligus menciptakan pasar sekunder. Beberapa sumber dana lain yang dapat dikembangkan oleh bank antara lain melalui penerbitan-penerbitan surat berharga pasar uang (SBPU), pinjaman antar bank, *repurchase agreement*, penerbitan *Commercial Paper* dan *eurodollar borrowing*.

D. MANAJEMEN AKTIVA

Menurut Parmujianto (2017) manajemen aktiva atau manajemen aset merupakan sebuah proses pengelolaan *asset* (kekayaan) baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis, nilai komersial, dan nilai tukar yang mampu mendorong tercapainya tujuan dari individu dan organisasi. Manajemen aset berkaitan dengan aspek likuiditas bank. Pengelolaan aset harus mengatur sedemikian rupa agar aliran dana keluar (*outflow of funds*) dapat dilakukan dengan meminimalisasi perubahan pada liabilitas. Likuiditas suatu aset dapat dilihat dari dua aspek yaitu (a) kemudahan dari aset itu sendiri untuk dikonversi menjadi kas atau setara kas (*self contained liquidity*) dan (b) daya jual aset (*marketability*). *Self contained liquidity* mencerminkan tanggal suatu aset

jatuh tempo, sedangkan *marketability* menggambarkan kemampuan aset untuk ditukarkan menjadi kas melalui transaksi penjualan kepada investor lain.

1. Peran Aktiva dalam Perbankan

Aktiva bagi perusahaan merupakan sumber daya yang harus dikelola secara baik guna mendatangkan penghasilan (Helmi, 2019). Menurut sifat dan jangka waktunya aktiva perusahaan dibedakan menjadi aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar merupakan aktiva yang masa penggunaannya paling lama 1 tahun dan aktiva tetap masa penggunaannya melebihi 1 tahun.

Aktiva perusahaan perbankan berbeda dengan perusahaan lain. Bagi perusahaan industri maupun dagang aktiva yang dimiliki dapat berwujud barang (*tangible asset*), namun bagi perusahaan bank dan jasa keuangan lainnya aktiva yang dimiliki (khususnya aktiva lancar) berupa jasa keuangan (*intangible asset*). Aktiva lancar yang dimiliki bank dapat berupa sejumlah dana yang dipinjamkan bank kepada debitur berupa kredit maupun dalam bentuk penempatan pada investasi jangka pendek lainnya. Sedangkan aktiva tetap yang dimiliki bank jauh berbeda dengan perusahaan lainnya berupa bangunan kantor, kendaraan, peralatan, dan lain-lain.

2. Aktiva Produktif dan Aktiva Non-Produktif

Aktiva bank terdiri atas aktiva produktif dan aktiva non produktif (Bank Indonesia, 2005). Menurut Bank Indonesia (2005), aktiva produktif adalah penyediaan dana Bank untuk memperoleh penghasilan, dalam bentuk kredit, surat berharga, penempatan dana antar bank, tagihan akseptasi, tagihan atas surat berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali (*reverse repurchase agreement*), tagihan derivatif, penyertaan, transaksi rekening administratif serta bentuk penyediaan dana lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Sedangkan aktiva non produktif merupakan aset bank selain aktiva produktif yang memiliki potensi kerugian, antara lain dalam bentuk agunan yang diambil alih, properti terbengkalai (*abandoned property*), rekening antar kantor dan *suspense account* (Bank Indonesia, 2005).

Aktiva produktif dimaksudkan kelompok aktiva yang berpotensi menghasilkan atau mendatangkan pendapatan bagi bank (Helmi, 2019). Bank sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa keuangan akan memberi fasilitas jasa keuangan kepada nasabah. Pos aktiva yang memberikan hasil (*earning asset*) antara lain kredit yang disalurkan, surat-surat berharga, penempatan pada bank lain dan penyertaan. Penyaluran dalam bentuk pinjaman dana terbesar diberikan bank dalam bentuk kredit.

3. Optimalisasi Aktiva Produktif Bank

Aktiva bank harus digunakan dengan optimal untuk memperoleh pendapatan bank, ditunjukkan dengan ROA dan pertumbuhan kredit memiliki hubungan yang positif (Hadad et al., 2004). Beberapa pos aktiva yang memberi hasil (*earning asset*) antara lain kredit yang disalurkan, surat-surat berharga, penempatan pada bank lain, serta penyertaan pada bank dan lembaga keuangan lainnya.

Penyaluran Dana. Penyaluran dana merupakan upaya menjual kembali dana yang telah dihimpun oleh bank dalam bentuk simpanan dari nasabah. Bank harus dapat menyalurkan dana tersebut ke masyarakat melalui alokasi yang terbaik dan potensial mendapatkan keuntungan yang maksimal (Sumartik & Hariasih, 2018). Bank dapat membagi pengalokasian dana dengan memperhatikan perkembangan terkini perekonomian. Penggunaan kombinasi portofolio bidang penyaluran dapat dipilih, misalnya: bidang agrobisnis 15%, bidang pertambangan 20%, sektor kesehatan 30% dan seterusnya. Pihak bank akan membebaskan bunga dengan besaran tertentu kepada penerima kredit sesuai dengan ketentuan Bank Sentral. Penyaluran dana dapat dilakukan oleh bank kepada pihak ketiga dalam bentuk nominasi rupiah maupun valuta asing (Helmi, 2019).

Penanaman dan Penanaman Dana. Penanaman dana bank dapat dilakukan dengan berbagai alternatif. Alternatif tersebut antara lain penanaman dana pada alat likuid atau kas, lembaga keuangan, perkreditan dan aktiva tetap (Sumartik & Hariasih, 2018). Penanaman dana dimaksudkan untuk mendapatkan pendapatan bank melalui pembentukan aktiva produktif yang menghasilkan. Dalam memutuskan penanaman sejumlah dana, bank perlu mempertimbangkan bahwa imbal

hasil yang diperoleh lebih besar dari total biaya dana (*cost of fund*) yang dipergunakan, biaya operasional, risiko, dan margin keuntungan yang diharapkan. Menurut Sumartik (2018), jenis penanaman dana antara lain.

- a. *Remise* atau pengiriman uang antar cabang dalam suatu bank.
- b. Penanaman dalam bentuk giro pada bank lain.
- c. Deposito berjangka.
- d. *Call money*.
- e. Deposito *deposits on call*.
- f. Surat berharga.
- g. Penanaman dana dalam bentuk kredit.

Penanaman dana pada surat-surat berharga dapat dalam bentuk nominasi rupiah maupun valas yang dimiliki bank seperti SBPU dan surat berharga pasar modal. Dalam pengertian surat berharga ini termasuk wesel, obligasi, saham, promes yang di *endors* oleh bank lain atau bukti lainnya termasuk sertifikat atau surat pengganti serta bukti sementara dari surat-surat tersebut.

1. Bagaimana Aset Lancar Dikelola?

Aset yang paling likuid adalah kas. Pada umumnya, di berbagai negara, pemerintah biasanya menetapkan batasan minimum untuk aset lancar yang dimiliki oleh perbankan. Cadangan kas ini sedemikian penting sehingga pemerintah mengatur secara cara rinci. Bank perlu menyisihkan cadangan kas sesuai dengan batasan yang sudah ditetapkan. Perbankan harus memiliki cukup kas dan aset lancar untuk memenuhi kebutuhan transaksi, mematuhi ketentuan dari pemerintah, dan mematuhi prinsip-prinsip manajemen risiko. Namun, menyimpan kas dalam jumlah yang terlalu banyak juga tidak bagus. Oleh karena itu dalam pengelolaan aset lancar perbankan harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut.

- a. Pemenuhan jumlah kas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan nasabah harian.
- b. pemenuhan saldo cadangan kas minimum sesuai dengan regulasi pemerintah.
- c. memperhatikan perubahan dan kedalaman pasar domestik untuk mengetahui sejauh mana instrumen utang dapat dijual dengan level harga yang lainnya.

- d. Dalam konteks portofolio berupa saham, perbankan perlu mempertimbangkan peringkat atau *credit rating* dari perusahaan penerbit saham.
- e. mempertimbangkan secara cermat komposisi atau portofolio mata uang domestik dan asing.
- f. Menghitung probabilitas dari portofolio yang dimiliki dibandingkan dengan *underlying asset* yang dimiliki agar perbankan dapat mencari sumber dana tambahan dari pasar, Bank Sentral atau otoritas moneter lainnya.
- g. Mengetahui masa jatuh tempo dari obligasi yang dimiliki untuk menghitung kemungkinan pelunasan dipercepat atas obligasi tersebut.

2. Bagaimana Pengelolaan Portofolio Pinjaman atau Kredit?

Sebagaimana kita ketahui, pada saat perbankan meminjamkan uang kepada nasabah, maka perbankan tersebut pasti menghadapi risiko gagal bayar. Oleh karena itu penting bagi sebuah perbankan untuk mengelola risiko kredit dengan profesional. Risiko inheren terkait dengan pinjaman nasabah akan dimonitor secara terus-menerus oleh otoritas yang berwenang. Di Indonesia rasio antara deposito dan pinjaman disebut dengan *loan to deposit ratio*. Selain itu manajemen portofolio dari pinjaman nasabah adalah salah satu fokus manajemen untuk meminimalkan risiko dan meningkatkan kinerja pembayaran cicilan dari nasabah.

Dalam manajemen portofolio pinjaman, kita menyadari bahwa pinjaman nasabah pada umumnya merupakan aset yang tidak lancar. Oleh karenanya, besarnya pinjaman yang disalurkan kepada nasabah tentu akan membawa risiko tambahan bagi perbankan. Untuk mengelola risiko tersebut maka perbankan harus memonitor dan mengelola portofolio secara konsisten. Laporan atas pengelolaan portofolio tersebut harus mencakup secara rinci mengenai jenis dan besarnya pinjaman, pada induk maupun anak perusahaan perbankan tersebut. Perbankan akan membagi pinjaman kepada nasabah ke dalam dua kategori yaitu *secure* dan *unsecured loan*.

Secured loan adalah pinjaman kepada nasabah dengan jaminan tertentu. sebagai contoh seorang nasabah dapat saja mengajukan kredit kepemilikan rumah dengan jaminan sertifikat kepemilikan atas rumah tersebut. contoh lainnya adalah nasabah dapat mengajukan kredit pembelian mobil dengan menjaminkan BPKB.

Unsecured loan adalah pinjaman kepada nasabah tanpa jaminan, dan karenanya pinjaman seperti ini jauh lebih berisiko. Sebagai kompensasi atas risiko yang lebih tinggi, tentu perbankan akan membebankan bunga yang lebih tinggi untuk *unsecured loan*. beberapa contoh dari *unsecured loan* adalah penggunaan kartu kredit oleh nasabah, pinjaman yang bersifat konsumtif atau yang kita kenal dengan kredit tanpa agunan, atau bank *overdraft*.

Sebagian besar penyaluran pinjaman dari perbankan ditujukan kepada nasabah korporasi. Korporasi membutuhkan pendanaan dari perbankan untuk memenuhi kebutuhan operasional atau yang kita sebut dengan *working capital need*. Tentu saja korporasi dapat memenuhi kebutuhan tersebut melalui penerbitan saham atau obligasi. Walaupun demikian kedua opsi penerbitan tersebut belum tentu mencukupi kebutuhan operasional korporasi. Oleh karenanya, tidak sedikit korporasi yang mengajukan pinjaman kepada perbankan dengan menjaminkan aset-aset tertentu. Beberapa aset yang mungkin dijaminan oleh korporasi kepada perbankan adalah *real estate financing*, *performance bonds and guarantees*, dan *debt capital market product*.

3. Bagaimana Menjaga Portofolio Investasi?

Selain kas, investasi dalam bentuk surat berharga adalah salah satu bentuk aset yang *produce* paling likuid. perbankan akan melakukan *trading* pada primer atau sekunder *i-market* untuk membentuk portofolio surat berharganya sampai pada level yang optimal. Dalam membentuk portofolio atas surat berharga tersebut, perbankan perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut.

- a. Aktivitas *underwriting*. Pasar Perdana merupakan opsi pertama bagi suatu perbankan untuk mendapatkan surat berharga dengan harga yang kompetitif. Bank akan berusaha mendapatkan dana dengan menjual surat berharga baik dalam bentuk saham maupun obligasi

kepada investor. Penjualan kedua jenis sekuritas tersebut dapat merupakan penjualan atas aset yang dimiliki oleh perbankan tersebut atau atas aset yang dimiliki oleh pemerintah atau institusi lainnya. Sebagai *underwriter*, perbankan akan mendapatkan keuntungan dari selisih uang yang didapatkan atas penjualan saham maupun obligasi pada Pasar Perdana dibandingkan dengan nilai penjaminannya.

- b. Likuiditas di pasar sekunder. Dalam pasar sekunder, perbankan akan membentuk beberapa strategi pengelolaan portofolio investasinya. Salah satu contoh strategi investasi di pasar sekunder adalah *ladders approach*. Strategi ini adalah strategi untuk membagi penempatan investasi pada beberapa sekuritas dengan masa jatuh tempo yang berbeda-beda. Hal ini ditujukan agar penerimaan atau pengeluaran terkait dengan pengelolaan investasi tersebut tidak terlalu fluktuatif. Walaupun demikian, perbankan juga bisa menerapkan strategi yang lain seperti *the barbell approach*, *the front-end loaded approach*, dan *the back-end loaded approach*.
- c. Imbal hasil. Perbankan perlu untuk mempertimbangkan strategi yang tepat terkait dengan imbal hasil yang diharapkan atas sebuah investasi. Sebagaimana kita ketahui, perbankan mendapatkan uang tidak dengan cuma-cuma titik uang yang didapatkan dari nasabah atau dari pasar perdana/sekunder tentu memiliki konsekuensi pembayaran bunga. Oleh karenanya perbankan perlu mempertimbangkan *cost of debt* dan *cost of equity* untuk setiap penempatan investasi dibandingkan dengan imbal hasilnya. Apabila suku bunga acuan tiba-tiba naik, maka perbankan dapat saja mengalihkan investasi lainnya dari sekuritas jangka panjang ke sekuritas jangka pendek. Hal ini berlaku sebaliknya apabila suku bunga acuan turun.
- d. Manajemen Waktu Jatuh Tempo. Perbankan perlu mempertimbangkan masa jatuh tempo untuk setiap portofolio investasi yang dimiliki olehnya. Semakin lama suatu investasi untuk jatuh tempo maka risiko yang dihadapi akan semakin besar. Risiko ini apabila dikaitkan dengan statistik disebut sebagai varian. Setiap portofolio memiliki varian dan merupakan variabel acak yang tidak bisa diketahui fluktuasi harganya, maka perbankan perlu menghitung probabilitas baik atas risiko maupun imbal hasil setiap portofolio

investasi. untuk menghitung *Expected Return* dari semua portofolio, maka perbankan perlu menghitung bobot atau rata-rata tertimbang dari semua penempatan investasi yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mencari opsi manajemen waktu jatuh tempo atas portofolio investasi yang paling optimal.

E. MANAJEMEN PASIVA

Manajemen pasiva lebih sering disebut manajemen liabilitas. Manajemen liabilitas mulai populer setelah para bankir menyadari bahwa terdapat potensi sumber likuiditas lainnya yang dapat dipakai, di mana dana dapat dipinjam melalui peningkatan liabilitas. Manajemen liabilitas membicarakan kemampuan bank dalam menyediakan dan yang cukup untuk memenuhi semua kewajibannya maupun komitmen yang telah dikeluarkan kepada nasabah (Parmujianto, 2017).

Konsep manajemen pasiva berbeda dengan teori dan pendekatan yang digunakan dalam manajemen aktiva bank (Darwis, 2019). Menurut Siamat (1993) dalam Darwis (2019), manajemen pasiva merupakan suatu proses di mana bank berusaha mengembangkan sumber-sumber dana non tradisional melalui pinjaman di pasar uang atau dengan menerbitkan instrumen utang untuk digunakan secara menguntungkan terutama memenuhi permintaan kredit. Manajemen pasiva meliputi kegiatan utama bank dalam mengelola pos-pos neraca berupa kewajiban (*liabilities*) dan modal (*equities*).

1. Manajemen Kewajiban (*Liability Management*)

Manajemen liabilitas menggambarkan bagaimana bank menggunakan sumber dana liabilitas untuk membiayai operasional dan investasi perusahaan melalui penghimpunan dana dari masyarakat (pihak ketiga) dan pasar uang/pasar modal (pihak kedua) (Darwis, 2019). Perusahaan yang memanfaatkan liabilitas sebagai sumber pendanaan disebut *levered*, di mana semakin besar porsi kewajiban, maka semakin tinggi *leverage* entitas tersebut. Penggunaan liabilitas sebagai sumber dana pada satu sisi dapat menguntungkan pemilik atau pemegang saham. Hal ini karena entitas memiliki dana yang cukup untuk memberikan pengembalian yang lebih banyak. Namun demikian, terdapat tambahan risiko keuangan dari adanya kewajiban tersebut.

Penambahan sumber dana atau sumber kewajiban dapat dilakukan dengan berbagai cara. Cara-cara tersebut melahirkan cabang-cabang dari *liability management*. Pengelolaan sumber dana bank yang berasal dari pihak ketiga dilakukan dalam *deposit management*. Dana yang berasal dari pihak kedua seperti bank atau lembaga keuangan disebut sebagai *borrowing management*. Sedangkan dana yang berasal dari modal sendiri dikelola melalui *capital management*. Tabel 4.2. dan Tabel 4.3. menyajikan beberapa jenis contoh sumber-sumber dana yang dikelola dalam *liability management*.

Tabel 4.2. Kewajiban yang Bersumber dari Dana Pihak Ketiga Berupa Deposit

Jenis	Keterangan
Giro (<i>demand deposit</i>)	Simpanan pihak ketiga kepada bank yang dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.
Deposito (<i>time deposit</i>)	Simpanan berjangka yang dikeluarkan oleh bank yang dapat ditarik hanya pada waktu tertentu sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan sebelumnya.
Tabungan (<i>saving deposit</i>)	Simpanan pihak ketiga yang dikeluarkan oleh bank di mana penyeteroran dan penarikan tabungan tersebut dapat dilakukan sesuai ketentuan yang berlaku di masing-masing bank.

Sumber: Darwis (2019).

Dalam perbankan, manajemen liabilitas perlu dipadukan dengan pengalokasian dana di sisi aset, sehingga liabilitas tersebut menjadi sumber *earning*. Bank dapat memadukan berbagai upaya dalam mengoptimalkan manajemen kewajiban. Menurut Darwis (2019), upaya yang dapat ditempuh oleh pihak bank antara lain.

- a. Menjaga hubungan baik dengan pra kreditur sebagai sumber dana
- b. Mengupayakan biaya bunga yang paling minimal atas dana yang kita himpun
- c. Memastikan bahwa pergerakan sumber dana akibat kondisi ekonomi dan moneter

- d. Menerbitkan surat-surat berharga dalam rangka penghimpunan dana (*purchased funds*) sebagai mitigasi apabila terdapat kebutuhan dana yang mendesak dapat teratasi.
- e. Meningkatkan pola hubungan dan komunikasi dengan lembaga keuangan atau bank lain, agar dapat membantu ketika bank dalam posisi tidak menguntungkan atau sulit.

Tabel 4.3. Kewajiban Lain yang Bersumber dari Dana Pihak Ketiga Berupa Pinjaman

Jenis	Keterangan
Kewajiban segera yang dapat dibayar	Kewajiban bank yang dapat ditagih oleh pemilik dan bank perlu segera membayar, seperti transfer masuk yang belum dibayar, hasil inkaso keluar yang belum dibayar, kewajiban bank kepada pemerintah (PPH, PBB dan pajak lain).
Surat berharga yang diterbitkan	Dapat berupa SPBU yang diperjualbelikan di pasar sekunder.
Pinjaman yang diterima	Dapat berupa pinjaman dari bank lain dan lembaga keuangan lainnya
Setoran jaminan	Setoran jaminan ini diberikan oleh nasabah atau pihak ketiga lain ketika akan melakukan transaksi tertentu, seperti setoran jaminan atas pembukaan <i>Letter of Credit</i> (LC) atau surat kredit berdokumen dalam negeri (SKBDN) dan setoran untuk penerbitan garansi bank.

Sumber: Darwis (2019).

Dalam mengelola kewajiban yang dimiliki oleh perbankan khususnya terkait kewajiban lancar, perbankan perlu mempertimbangkan beberapa hal di antaranya adalah: profil jatuh tempo, kombinasi pendanaan dengan dan tanpa jaminan, ketersediaan opsi pendanaan lain, kondisi geografis, perubahan indikator ekonomi, dan perubahan pada sektor industri yang sama. Perbankan domestik dengan jumlah kantor cabang yang banyak secara umum memiliki alternatif sumber pendanaan yang lebih stabil dengan fluktuasi tingkat suku bunga yang lebih rendah. Sebagai contoh adalah Bank Mandiri, Bank BRI, dan Bank BNI. Namun demikian ada banyak perbankan yang tidak memiliki banyak cabang. Kondisi seperti ini banyak dialami oleh bank asing. Contoh dari perbankan tersebut adalah

CMB Niaga, ANZ, *Standard Chartered*, dan sebagainya. Perbankan seperti ini mau tidak mau harus mencari sumber pendanaan *interbank*. Mereka bisa saja meminjam dari bank lain untuk memenuhi kecukupan likuiditas.

Perbankan juga perlu memperhatikan kapasitas organisasi yang dimiliki olehnya serta kondisi eksternal. Jangan sampai perbankan tidak mengetahui seberapa besar aset yang dimilikinya, sehingga perbankan melakukan kebijakan pembiayaan secara eksekusif. Dalam kondisi normal aset-aset yang dimiliki oleh perbankan tentu nilainya tidak akan jauh berbeda dengan harga pasar. Namun dalam kondisi krisis misalnya nilai aset tersebut bisa saja jatuh. Dalam kondisi ini jumlah kewajiban yang harus dibayarkan tentunya akan tetap, sedangkan nilai aset sebagai jaminannya akan terus turun. Oleh karena itu, perbankan perlu mengambil kebijakan pengelolaan kewajiban yang berbeda pada saat ekonomi normal dan pada saat krisis.

2. Manajemen Ekuitas (*Equity Management*)

Ekuitas atau modal bank adalah merupakan sejumlah dana yang disetorkan oleh pemilik bank atau para pemegang saham saat pendirian bank. Seiring perjalanan usaha bank, modal bank akan bertambah dari agio saham dan keuntungan usaha dari bank.

Terdapat perbedaan pandangan antara bankir dengan regulator dalam melihat kebutuhan penggalan dana dari pemegang saham bank. Para bankir umumnya berpendapat bahwa pengguna ekuitas untuk terlalu berlebihan akan mengurangi kemampuan mereka memberikan tingkat pengembalian yang menyenangkan bagi para pemegang modal. Sedangkan pemerintah sebagai regulator justru berkeyakinan bahwa peningkatan kepentingan modal justru meningkatkan keamanan dan kesehatan bank (Darwis, 2019). Namun demikian, baik bankir maupun regulator memiliki kesamaan pemikiran bahwa modal diperlukan untuk bertahan dan bertumbuh.

F. ALMA PADA PERBANKAN SYARIAH

Seperti pada bank umum atau konvensional, bank syariah juga menyelenggarakan *Asset liability management* (ALMA). Hal ini karena bank syariah juga merupakan lembaga intermediasi antara penabung dan

pengguna pembiayaan. Kebijakan ALM pada bank syariah memiliki kesamaan dengan ALM pada bank konvensional. Perbedaannya terletak pada dampak dari digunakannya prinsip bagi hasil dan bagi risiko (*profit and loss sharing*) dalam operasi perbankan syariah. Dalam ALMA bank syariah, pengambilan keuntungan dari transaksi valas dan fluktuasi bunga tidak dilakukan karena tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Asset liability management bank syariah lebih banyak bertumpu pada kualitas pengelolaan dan hal itu akan menentukan kemampuan bank untuk meningkatkan daya tariknya bagi nasabah untuk menginvestasikan dananya melalui bank tersebut (Anam, 2009). Hal ini berarti meningkatkan kualitas pengelolaan liabilitasnya. Kemampuan manajemen bank syariah untuk melaksanakan fungsinya sebagai profesional *investment manager* akan sangat menentukan kualitas aset yang dikelolanya.

G. RANGKUMAN MATERI

1. *Asset and Liability Management* (ALMA) merupakan proses mengelola dua sisi neraca bank yaitu sisi aktiva dan sisi pasiva secara terpadu dan dimaksudkan untuk mencapai keuntungan bank, melalui operasionalisasi dari fungsi-fungsi manajemen yang meliputi *planning, organizing, leading/actuating* dan *controlling* (POAC).
2. Kedua sisi neraca suatu bank, yaitu sisi pasiva yang menggambarkan sumber dana dan sisi aktiva yang menggambarkan penggunaan (alokasi) dan harus dikelola secara efisien, efektif, produktif dan liabilitas tersebut.
3. Tujuan pokok dari ALMA adalah menyusun portofolio aktiva dan pasiva yang mampu memaksimalkan keuntungan bagi pemilik bank dengan risiko terkendali.
4. ALMA dilakukan melalui kegiatan yang saling terkoordinasi dalam bidang pengelolaan struktur neraca yang meliputi permodalan (*equity*), pemupukan atau penghimpunan dana (*pooled of funds*), dan penggunaan dana (*asset allocation*) atau kegiatan *lending* (peminjaman).
5. Pengelolaan dana dari sisi aktiva suatu neraca kita kenal sebagai manajemen aktiva (aktiva *management*), sedangkan pengelolaan

sumber dana kita kenal sebagai manajemen kewajiban (*liability management*).

6. ALMA memiliki tiga pendekatan yaitu pendekatan pengumpulan dana (*pool of fund*), pendekatan alokasi aset (*asset allocation approach*), pendekatan manajemen liabilitas (*liability management approach*).
7. Manajemen aktiva atau manajemen aset pada bank merupakan sebuah proses pengelolaan *asset* (kekayaan) bank baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomis, nilai komersial, dan nilai tukar dalam rangka mencapai target likuiditas bank.
8. Manajemen pasiva atau manajemen liabilitas membicarakan kemampuan bank dalam menyediakan dan yang cukup untuk memenuhi semua kewajibannya maupun komitmen yang telah dikeluarkan kepada nasabah.
9. ALMA tidak hanya diterapkan di bank umum, namun juga diterapkan pada bank syariah dengan penyesuaian prinsip syariah seperti bagi hasil dan bagi risiko.

TUGAS DAN EVALUASI

Jawaban pertanyaan-pertanyaan berikut ini.

1. Apakah pengertian manajemen aktiva dan pasiva?
2. Jelaskan pentingnya diterapkan manajemen aktiva dan pasiva dalam dunia perbankan saat ini!
3. Jelaskan tiga pendekatan dalam implementasi ALMA!
4. Jelaskan secara singkat manajemen pasiva dan perbedaannya dengan manajemen aktiva!
5. Apakah yang membedakan implementasi manajemen aktiva dan pasiva di bank konvensional dengan bank syariah?

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. (2009). *Pengaruh Asset Liability Management Terhadap Kinerja Bank Tahun 2004-2006 (Studi Komparatif pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk dan PT Bank Mandiri, Tbk)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Bank Indonesia. (2005). *Peraturan Bank Indoneisa Nomor 7/PBI/2005 tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum*. Bank Indonesia.
- Darwis. (2019). *Manajemen Asset dan Liabilitas* (Damirah (ed.); Cetakan Pertama). TrustMedia Publishing.
- Hadad, M., Santoso, W., Besar, D., & Rulina, I. (2004). Fungsi Intermediasi Bank Asing dalam Mendorong Pemulihan Sektor Riil di Indonesia. *Riset Keuangan Bank Indonesia*, 0–34.
- Helmi, A. (2019). *Manajemen Aktiva dan Pasiva*. <https://andrihelmi.com>. <https://andrihelmi.files.wordpress.com/2014/09/pertemuan-6-manajemen-aktiva-dan-pasiva-bank.pdf>.
- Natasa, A. (2018). *Pendekatan Liability Management Approach, Asset Allocation Approach, Pool Of Fund's Approach*. <http://anidanatasa.blogspot.com/2018/04/pendekatan-liability-management.html>.
- Parmujiyanto. (2017). Integrasi Manajemen Asset dan Liabilitas Perbankan Syari'ah. *Iqtishoduna*, 6, 65–89.
- Praselia, A. (2018). *Peran Asset and Liability Management (ALMA) terhadap Peningkatan Profitabilitas pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bandar Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rivai, V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sumartik, & Hariasih, M. (2018). *Buku Ajar Manajemen Perbankan* (Septi Budi). UMSIDA PRESS.
- Syaifuddin, D. (2007). *Manajemen Perbankan* (B. Sarita (ed.); Cetakan Pertama, Issue September 2007).



MANAJEMEN LIKUIDITAS BANK

Dety Nurfadilah, MBA
Sekolah Tinggi Manajemen IPMI

A. PENDAHULUAN

Istilah “likuiditas” sering di dengar di industri perbankan sebagai sejauh mana Bank mampu memenuhi kewajibannya masing-masing. Kebalikannya adalah '*iliquidity*', yaitu kurangnya kemampuan masing-masing Bank untuk memenuhi kewajiban tersebut. Namun, semakin berkembang pesatnya kegiatan perbankan, definisi likuiditas pun mengalami perluasan. Hal ini didukung oleh adanya perkembangan pada produk-produk perbankan yang meliputi produk pada pasar primer dan sekunder.

Krisis keuangan mengakibatkan krisis likuiditas di sektor perbankan di mana manajemen likuiditas menjadi fokus utama dalam kegiatan operasional Bank, terutama pada masa krisis keuangan di mana bank harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan likuiditas dengan menggunakan sumber-sumber dana darurat dari luar.

Bab ini terdiri dari lima (5) bagian, yaitu manajemen likuiditas yang komprehensif. Secara berurutan, bagian pertama akan menjelaskan perkembangan konsep likuiditas yang berkembang sesuai dengan keadaan perbankan yang berkembang. Bagian kedua akan menjelaskan sumber-

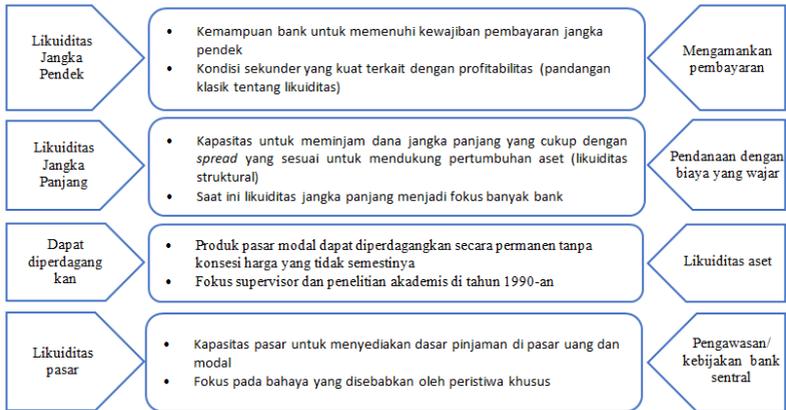
sumber likuiditas yang digunakan oleh Bank, sehingga dapat mengurangi risiko *liquidity gap*. Bagian ketiga akan membahas mengenai aspek manajemen likuiditas. Kemudian dilanjutkan dengan bagian keempat tentang risiko dalam likuiditas di mana bagian ini menjadi suatu perhatian bagi Bank dalam mempertahankan pertumbuhan kinerja di masa krisis maupun tidak di masa krisis. Sebagai penutup, bagian kelima akan membahas manajemen risiko likuiditas yang efektif dan manajemen likuiditas yang sesuai dengan peraturan dari Bank Indonesia.

B. KONSEP LIKUIDITAS

Definisi dari likuiditas telah banyak dibahas oleh kajian literatur yang telah ada. Reilly dan Brown (1997, p. 106-107) menggambarannya sebagai kemampuan untuk membeli dan menjual aset dengan cepat dan pada harga yang diketahui. Menurut Bodie dan Merton (1998, p. 35), likuiditas adalah kemudahan dan kecepatan relatif yang mana aset dapat diubah menjadi uang tunai. Schwartz dan Francioni (2004, p. 60) menyebut aset likuid jika siap dikonversi menjadi uang tunai. Brealey et al. (2012, p. 1000) menyebutkan bahwa likuiditas adalah ketika aset dapat dengan mudah dan murah diubah menjadi uang tunai. Begg et al. (1991) menyebutkan likuiditas adalah murahness, kecepatan, dan kepastian, yang dengannya nilai aset dapat diubah kembali menjadi uang.

Formulasi yang sedikit berbeda digunakan oleh Sharpe dan Alexander (1990, p. 804), yang melihatnya sebagai kemampuan investor untuk mengubah sekuritas menjadi uang tunai dengan harga yang sama dengan harga perdagangan sekuritas sebelumnya, dengan asumsi tidak ada hal baru yang signifikan. Informasi tersebut sudah ada sejak perdagangan sebelumnya. Harris (2003, p. 394), yang mendefinisikan likuiditas sebagai kemampuan untuk memperdagangkan ukuran besar dengan cepat, dengan biaya rendah, ketika Anda ingin mengubah sekuritas menjadi uang tunai. Di sisi lain Moyer et al. (1998, p. 609) menyebutnya sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban kasnya saat dibutuhkan.

Pemahaman mengenai bagaimana likuiditas dipengaruhi dalam keadaan yang berbeda telah meningkat secara signifikan dalam dekade terakhir (Bartetzky, 2008, p. 9) seperti gambar 1.



Gambar 1. Perbedaan Definisi Likuiditas

Sumber: Bartetzky (2008, p. 9)

Dengan merujuk kepada beberapa kajian literatur yang telah tersedia, berikut ini pembagian yang umumnya digunakan dalam menjelaskan gambar 1 di atas:

1. Volume dan tenor aset sangat bergantung pada kebijakan bisnis.
2. Semakin banyak aset jangka panjang dibiayai dengan kewajiban jangka pendek, maka akan semakin besar kesenjangan likuiditas (*liquidity gap*).
3. Semakin stabil simpanan yang berasal dari sektor ritel, namun secara struktural bersifat jangka pendek. Biasanya, volume mereka tidak cukup untuk membiayai semua aset di neraca.
4. Bank mengeluarkan opsi pada nasabahnya. Penamaan produk ini bisa berbeda, seperti *letter of credit*; penerbit di pasar surat berharga (*commercial paper*); fasilitas penarikan di sektor pembiayaan keuangan hipotek (*mortgage*); atau fasilitas pelunasan lebih awal. Namun, karakter dari produk tersebut sama yaitu opsi mungkin atau mungkin tidak dijalankan, atau hanya sebagian; dan sangat terbuka untuk jangka waktu yang disepakati.
5. Jika salah satu Bank membiarkan kesenjangan likuiditas (*liquidity gap*) tetap ada, pendanaan awal akan jatuh tempo sebelum aset terkait jatuh tempo. Dengan demikian, Bank harus pergi ke pasar sekuritas di

kemudian hari untuk membiayai aset lama untuk waktu yang tersisa sampai jatuh tempo.

6. Betapa mudahnya pembiayaan nantinya dapat dieksekusi di pasar, namun harga yang harus dibayar suatu Bank pada tanggal tersebut di masa depan tidak diketahui sebelumnya.
7. Beberapa aset umumnya dapat dipasarkan, yaitu dapat diubah menjadi uang tunai melalui penjualan atau masuk ke dalam transaksi repo (*repurchase agreement*) karena kondisi instrumen dan pasar dapat berubah, nilainya sebagai likuiditas dapat berubah.
8. Kepercayaan orang terhadap Bank tersebut akan mempengaruhi pasar untuk berpartisipasi dalam menyediakan dana
9. Status keuangan Bank itu sendiri, serta persepsinya oleh pasar, dibuat dari berbagai data bisnis yang saling terkait seperti kuantitas dan kualitas risiko yang diambil dalam pembukuan, rasio modal dan modal, kekuatan laba dan tren masa depan yang diharapkan, dan lainnya.
10. Tidak ada jaminan bahwa Bank dapat melakukan prediksi pada keadaan keuangannya beberapa tahun ke depan. Suatu Bank juga tidak tahu bagaimana status keuangan ini akan dipersepsikan oleh pasar saat itu.

C. SUMBER LIKUIDITAS

Berikut ini adalah sumber likuiditas yang dapat diakses oleh Bank untuk mendukung kegiatan operasional mereka:

1. Sumber dari Aset

Meskipun Bank mungkin memiliki persentase yang lebih besar dari asetnya dalam bentuk likuid, kemungkinan besar memiliki jumlah kewajiban atau liabilitas dan kontinjensi jangka pendek atau tidak pasti yang lebih besar, dan oleh karena itu harus lebih sadar lagi akan posisi likuiditasnya. Berikut ini adalah contoh dari sumber likuiditas pada aset:

a. Uang tunai dan surat berharga

Instrumen uang tunai (kas) adalah aset paling likuid dalam portofolio suatu Bank. Uang tunai disimpan untuk memenuhi pembayaran yang diharapkan dan tidak terduga; tidak diperlukan konversi, sehingga pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dari rekening tunai. Namun, karena kas adalah aset non-produktif, perusahaan yang sensitif terhadap

risiko likuiditas / *trade-off* pengembalian mencoba meminimalkan kepemilikan kas murni mereka dan lebih memilih untuk menyimpan sejumlah aset dalam waktu dekat. Perlu dicatat bahwa lembaga keuangan, khususnya Bank, secara aktif menggunakan pinjaman yang dijamin kepada pihak ketiga, untuk menempatkan kelebihan uang mereka. Kontrak-kontrak ini memiliki peringkat di bawah sekuritas yang dapat dipasarkan dalam hal likuiditas, meskipun terkadang dapat dijual dengan basis sekunder jika diperlukan. Merupakan hal yang umum bagi Bank dan perusahaan sekuritas untuk memberikan pembiayaan *reverse repo* kepada nasabah, sering kali dalam waktu semalam atau sangat pendek. Jika lembaga yang memperpanjang *reverse repo* perlu memulihkan uangnya, ia hanya menangguk pembaruan pembalikan jangka pendek saat jatuh tempo; hal ini memberi sumber daya kas ekstra yang dapat diterapkan pada liabilitas Bank tersebut. Pembalikan jangka panjang, diperpanjang beberapa Minggu atau bulan, dapat dijual di pasar sekunder (selama agunan yang mendasari berkualitas tinggi dan sepadan, seperti sekuritas pemerintah berkualitas tinggi). Dengan demikian, buku *reverse repurchase* harus dipandang sebagai sumber likuiditas aset yang baik.

b. Piutang

Piutang, yang merupakan kredit yang diberikan oleh suatu Bank kepada nasabahnya, memiliki peringkat di bawah kas dan surat berharga dalam hal likuiditas. Pembayaran tertunda menghasilkan pendapatan bunga implisit bagi Bank, yang berarti bahwa piutang merupakan pinjaman jangka pendek kepada nasabah. Karena piutang mewakili arus kas masuk masa depan ke Bank, maka piutang adalah aset berharga yang dapat dicairkan dengan diskon yang sesuai. Dengan demikian, Bank yang membutuhkan uang tunai dapat menjual portofolio piutang kepada pihak ketiga secara langsung (melalui proses yang dikenal sebagai anjak piutang) atau menggunakan portofolio sebagai jaminan atas pinjaman (melalui praktik yang dikenal sebagai pembiayaan piutang dagang).

c. Aset tetap dan tidak berwujud

Aset tetap sama pentingnya untuk perolehan pendapatan seperti halnya aset keuangan bagi Bank dan perusahaan sekuritas. Namun, menjaminkan atau menjual aset semacam itu dapat mengurangi fleksibilitas dan memengaruhi kemampuan Bank untuk mengelola urusan bisnis sehari-hari, menghasilkan arus kas, dan memaksimalkan nilai perusahaan.

Dalam praktiknya, aset tetap jangka panjang paling sering dibiayai dengan modal jangka panjang, termasuk ekuitas dan hutang jangka panjang. Gedung dan peralatan pendukung mungkin atau mungkin tidak dijamin, tergantung pada kekuatan kredit suatu Bank dan sifat serta umur aset. Tingkat kredit berkualitas kuat mungkin tidak harus menjaminkan aset tetap untuk mendukung pinjaman, sedangkan kredit berkualitas menengah dan rendah biasanya harus. Aset yang mengamankan hutang jelas tidak dapat dijual atau dijaminkan kepada orang lain, yang berarti suatu Bank hanya dapat menghasilkan uang tunai melalui aset tetap bebas gadai.

Meskipun demikian, merundingkan fasilitas pembiayaan yang didukung oleh jaminan atas aset tetap dapat memakan waktu dan mungkin tidak cocok untuk pembayaran darurat. Karena mekanisme yang terlibat dalam mengatur fasilitas kredit yang melibatkan penilaian aset tetap dapat memakan waktu beberapa Minggu atau bulan untuk menyelesaikannya, aset tetap yang tidak dibebani hanya dapat berfungsi sebagai sumber likuiditas ketika ada cukup waktu yang tersedia. Menjual aset tetap untuk menghasilkan uang tunai biasanya tidak dianggap sebagai tindakan yang layak, atau disarankan, (meskipun transaksi penjualan dan penyewaan kembali, yang dijelaskan di bawah ini, dan penjualan aset non-inti, berfungsi sebagai pengecualian). Karena aset tetap sangat penting untuk menghasilkan pendapatan dan penciptaan nilai perusahaan, penjualan langsung menyebabkan penurunan pendapatan dan arus kas operasi serta erosi nilai suatu Bank. Selain itu, pelepasan aset tetap harus diperhatikan sebagai transaksi jangka menengah, terutama untuk aset yang unik dan tidak memiliki pasar yang siap pembeli.

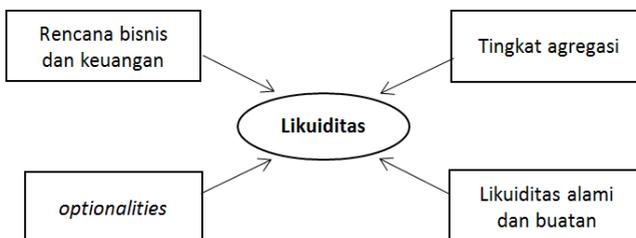
2. Sumber dari Liabilitas dan Ekuitas

Setelah memperhitungkan arus kas operasional, pembiayaan adalah garis pertahanan pertama dalam mengumpulkan uang tunai untuk memenuhi pembayaran; ketika pendanaan telah habis atau terbukti terlalu mahal, Bank cenderung menjaminkan atau menjual aset untuk menambah posisi kas. Dalam praktiknya, Bank menggunakan berbagai jenis kewajiban atau liabilitas, termasuk fasilitas pembiayaan jangka pendek (seperti surat berharga dan surat berharga Euro, fasilitas Bank jangka pendek, menengah / panjang, hutang, deposito antar Bank / ritel, perjanjian pembelian kembali, dan fasilitas jangka menengah / panjang (seperti catatan jangka menengah dan fasilitas Euronote, obligasi jangka panjang, dan pinjaman). Bank sering memperoleh banyak pembiayaan dari pasar jangka pendek untuk menyeimbangkan sifat likuid aset, kontingensi, dan kewajiban neraca mereka, dan untuk mencoba memaksimalkan pendapatan.

Komponen DPK adalah kewajiban-kewajiban yang tercatat dalam rupiah kepada pihak ketiga bukan Bank, baik kepada penduduk maupun bukan penduduk Indonesia yang terdiri dari: – Giro – Deposito berjangka – Tabungan – Sertifikat deposito – Kewajiban jangka pendek lainnya.

D. ASPEK PADA MANAJEMEN LIKUIDITAS

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, likuiditas merupakan elemen kualitatif dari kekuatan keuangan Bank atau lembaga keuangan. Meskipun benar, manajemen melihat likuiditas dengan cara yang lebih praktis dan umumnya membedakannya pada aspek-aspek berikut (Gambar 3).



Gambar 2. Aspek dari Manajemen Likuiditas

Sumber: Duttweiler (2009)

1. Rencana Bisnis dan Keuangan

Rencana bisnis dan keuangan dalam perencanaan proses perusahaan, keputusan strategis mengenai tujuan jangka pendek, menengah dan panjang telah dibuat. Faktor yang digunakan dapat berupa memperbesar atau memperkecil investasi, memasuki pasar baru atau segmen pasar, atau mengubah kegiatan bisnis terkait keuangan pada aset juga.

- a. Pertama, likuiditas terlalu sering dilihat dari sudut pandang statis. Sampai batas tertentu hal ini berkaitan dengan kebutuhan untuk mengumpulkan data dan melaporkannya kepada pengawas perbankan. Yang didapat adalah pandangan berdasarkan data akuntansi kemarin atau akhir bulan lalu. Namun sebenarnya yang dibutuhkan adalah pendekatan dinamis di mana tindakan yang memengaruhi status likuiditas di masa depan digabungkan semaksimal mungkin. Proses perencanaan bisnis dan keuangan mendukung kebutuhan ini - setidaknya untuk mengurangi dampak yang berasal dari keputusan manajemen.
- b. Kedua, ketika laba bersih dihitung, perusahaan akan mengikuti aturan perhitungan akuntansi seperti akrual, revaluasi laba / rugi atas aset dan kewajiban, amortisasi. Namun, tidak semuanya dapat memicu aliran uang tunai yang sesuai. Sebenarnya hal ini bekerja dalam dua cara: 1) beberapa pendapatan dan biaya periode akuntansi yang disajikan akan menyebabkan arus kas di kemudian hari. Dalam kasus pinjaman kredit jangka panjang, misalnya, pendapatan dihitung dengan basis akrual. Dalam istilah akuntansi, untuk setiap hari dan setiap bulan, pendapatan yang tepat dihitung dan ditampilkan di laporan. Menurut kontrak, bunga akan dibayarkan dalam interval 3 atau 6 bulan. Dengan demikian, uang tunai mengalir hanya dalam interval yang lebih lama dan bukan harian atau bulanan. Ketika sekuritas yang dibeli dinilai kembali, hasilnya tercermin dalam laporan laba rugi periode yang sedang dipertimbangkan. Uang tunai akan mengalir nanti, baik saat jatuh tempo atau saat sekuritas dijual. Sebaliknya, Bank akan mengenali uang tunai dari pembayaran yang dilakukan dan diterima dari transaksi yang telah dipertimbangkan oleh akun di periode sebelumnya. Akibatnya, pandangan terhadap masa depan saja tidak cukup dalam mengintegrasikan kegiatan yang

direncanakan dapat membantu menilai arus masa depan. Sehingga, suatu Bank harus melakukan kinerja likuiditasnya dengan jadwal waktu yang tepat.

2. Tingkat Agregasi

Dalam konteks perbankan, agregasi merupakan gabungan antara beberapa faktor seperti jumlah, jenis mata uang, dan waktu. Seorang manajer Bank sepertinya memiliki preferensi untuk mengikuti aturan standar dalam menggabungkan faktor tersebut dan mayoritas lebih memilih menggunakan rasio karena rasio relatif mudah untuk diukur dan dibandingkan. Lalu, bagaimana dengan bobot campuran mata uang?

- a. Untuk Bank yang hampir tidak memperluas kegiatannya pada mata uang asing akan memiliki jawaban lebih mudah. Namun, untuk Bank yang sering menggunakan mata uang asing pada kegiatannya akan lebih kompleks. Hal Ini perlu perhatian khusus dalam mengembangkan kerangka tersebut.
- b. Lain halnya dengan kasus Bank besar dengan multi mata uang. Mereka mungkin memiliki likuiditas yang cukup secara keseluruhan tetapi terkonsentrasi pada satu atau beberapa mata uang. Selama pasar mata uang bekerja dengan cara yang baik, saldo dapat ditutup pada waktunya melalui transaksi valuta asing jangka pendek. Namun, ketika terjadi gangguan, sistem mungkin tidak berfungsi dengan lancar.
- c. Jika lokasi geografis berjauhan, Bank mungkin bertindak dalam dua zona waktu yang berbeda. Batas waktu kliring di Tokyo cenderung tengah malam di New York, yaitu di luar jam kerja. Selain itu, jumlah mata uang tersebut mungkin akan berbeda dari waktu ke waktu. Dalam kedua kasus tersebut, infrastruktur yang tepat serta hubungan kerja dengan Bank di pusat asing diperlukan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas yang lebih besar dalam waktu singkat.
- d. Ketidakmampuan untuk likuiditas tidak terbatas pada mata uang utama.

Dengan mengingat semua kemungkinan dan implikasinya, seorang manajer Bank hanya dapat menyarankan untuk menjaga informasi tentang likuiditas sedetail mungkin, bahkan jika informasi itu tidak diperlukan oleh pengawas Bank.

3. *Optionalites*

Pasar opsi, baik pertukaran yang diperdagangkan atau *over the counter* (OTC), telah meningkat secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Jumlah pembeli opsi telah tersebar di semua pasar. Mereka bersedia membayar premi untuk mendapatkan hak memilih terkait apakah mereka akan melaksanakan kontrak atau tidak pada tanggal yang disepakati. Secara bersamaan, jumlah pengguna di pasar opsi juga bertambah banyak. Semakin besarnya suatu pasar telah meningkatkan kesadaran perlunya memperkenalkan kontrol dan beberapa pembatasan.

Terkait risiko asimetris antara mitra dalam opsi, pembeli kontrak yang membayar premium dapat memilih apakah akan melaksanakan kesepakatan atau tidak. Biaya maksimum pembeli ditentukan oleh premi yang dibayarkan. Potensi penghasilan, jika pasar berjalan sesuai keinginan pembeli, hanya dibatasi oleh sejauh mana pergerakan pasar. Bagi penjual opsi itu adalah kebalikannya. Pertama, penjual mendapatkan premi, tetapi kemudian pergerakan harga dari masing-masing produk menentukan keuntungan atau kerugian penjual. Pendapatan tersebut terbatas pada premi yang diterima. Itulah prinsipnya, meskipun setiap posisi akan dikelola dan tidak diserahkan kepada pasar.

Likuiditas di segmen ini dapat dipengaruhi dengan dua cara:

- a. Unsur kas murni: Apa pun yang 'dibayar' untuk premi atau kerugian, itu akan menjadi arus kas keluar dan apa pun yang 'diterima' sebagai premi atau keuntungan adalah arus masuk uang tunai. Untuk menghitung efek likuiditas setelah opsi dinilai kembali mungkin perlu ketelitian tetapi tidak sulit. Untuk menilai arus masa depan yang akan dihasilkan oleh opsi, bagaimanapun, merupakan tantangan. Arus akan tergantung pada perilaku harga pasar, yang dengan sendirinya tidak dapat diprediksi. Yang terbaik yang bisa dilakukan adalah perkiraan. Saat ini ada teknik yang tersedia untuk melakukan ini. Teknik ini tidak menjamin suatu keadaan, namun dapat memberikan tingkat informasi tentang apa yang mungkin terjadi.
- b. Bagi mayoritas Bank, aspek yang terkait dengan likuiditas dapat mengubah arus kas secara signifikan maupun tiba-tiba. Bank dan Bank komersial khususnya mendukung dan melayani nasabah mereka

dengan fasilitas yang selalu tersedia. *Letter of credit* dianggap sebagai salah satu fasilitas yang selalu tersedia dan mudah diakses, namun fasilitas ini tidak digunakan untuk pembiayaan primer. Pemanfaatan *letter of credit* hanya akan digunakan ketika saluran pembiayaan utama ditutup karena alasan apa pun. Menyediakan dan mengembangkan jasa seperti ini menjadi menarik, tanpa benar-benar meminjamkan dan menggunakan modal yang besar, pendapatan tetap diterima dalam bentuk uang tunai. Namun, besarnya risiko yang terlibat bagi banyak Bank terwujud ketika sistem yang digunakan Bank sudah modern menggunakan sistem IT di mana akan terlihat bagaimana kegagalan pada sistem IT dapat memicu likuiditas oleh Bank penjamin dan jumlah yang terlibat sering kali tidak kecil.

4. Likuiditas Alami dan Buatan

Istilah alami dalam pengertian ini berkaitan dengan arus dari aset atau liabilitas yang jatuh tempo. Likuiditas buatan diciptakan melalui kapasitas untuk mengubah aset menjadi uang tunai sebelum tanggal jatuh tempo tercapai. Proses tersebut dapat dicapai, misalnya melalui transaksi penjualan atau repo (*repurchase agreement*) dengan pasar atau dengan menggunakan instrumen sebagai jaminan dengan Bank sentral. Secara teknis, ini dikenal sebagai *shiftability* dan *marketability*. Aset dengan karakteristik ini dengan demikian umumnya disebut 'dapat dipasarkan'. Lalu, bagaimana dengan implikasinya?

- a. Untuk sebagian besar waktu tertentu, tentunya mudah dalam mengubahnya menjadi uang tunai. Selama suatu Bank ingin mengubah sekuritas menjadi uang tunai, pasar sekuritas mampu melakukan transaksi tersebut. Bahkan harga sekuritas tidak akan terpengaruh secara negatif. Begitu sekelompok besar investor dihadapkan pada kebutuhan yang sama, pasar mungkin menjadi tidak seimbang. Diperlukan waktu lebih lama untuk mengeksekusi volume yang diinginkan. Pada saat yang sama, penjual mungkin dihadapkan pada perubahan harga.
- b. Likuiditas alami mengacu pada hukum jatuh tempo. Khususnya di perbankan, transaksi dengan nasabah pada saat jatuh tempo sering kali diperpanjang, baik untuk jumlah yang sama maupun yang lebih

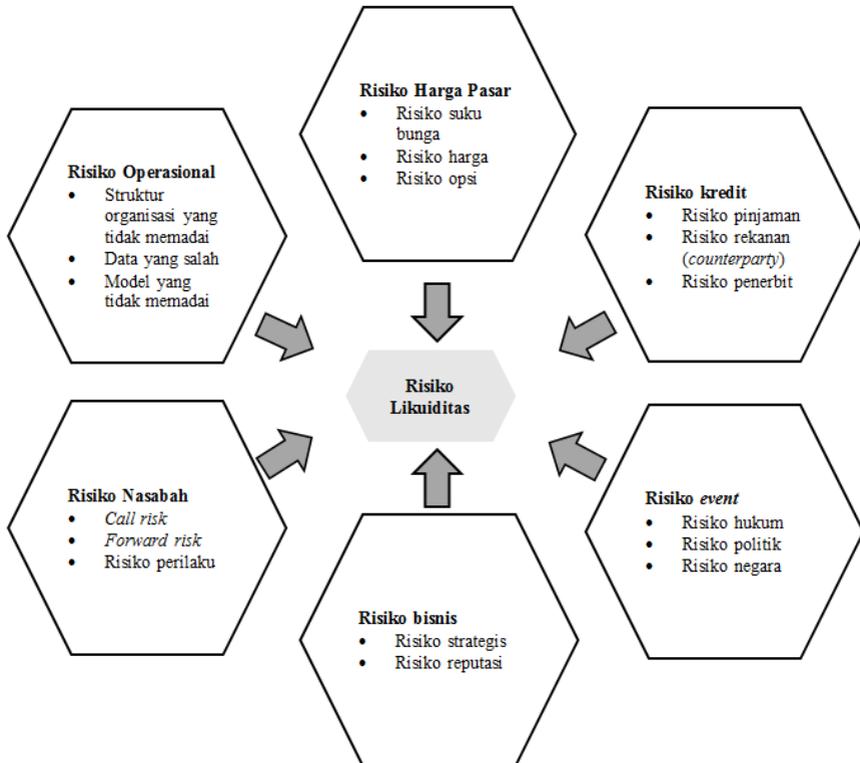
kecil / besar. Hal ini dikarenakan sebagian besar perilaku pelanggan dapat diprediksi.

Poin utamanya adalah nasabah Bank mengharapkan Bank mereka melakukan suatu perilaku tertentu, seperti mereka ingin memastikan bahwa mereka dapat menginvestasikan kembali atau meminjam lagi setelah transaksi sebelumnya jatuh tempo. Hal ini terjadi pada nasabah yang komersial yang membutuhkan modal bisnis. Hubungan mereka dengan Bank mencakup pemahaman dasar tentang reliabilitas: yaitu, bisnis akan dilanjutkan. Pandangan hukum tentang jatuh tempo untuk menilai kesenjangan likuiditas (*liquidity gap*) di masa depan mengabaikan semua harapan ini. Jika ada kebijakan likuiditas yang bertujuan untuk bertahan tidak hanya sebagai badan hukum tetapi juga sebagai Bank dengan basis pelanggan yang utuh, maka diperlukan pendekatan yang berbeda. Istilah ini disebut sebagai 'pandangan bisnis', berbeda dengan perspektif hukum atau akuntansi, pendekatan yang memperhitungkan bahwa waralaba (*franchise*) merupakan faktor utama.

E. RISKO DALAM LIKUIDITAS

Dalam industri perbankan, waktu merupakan salah satu elemen terpenting. Ada saat-saat ketika sumber likuiditas sangat langka dan harga menjadi mahal. Ketika kita mempertimbangkan periode yang lebih panjang, akan ada perbedaan harga. Pergerakan *spread* tidak berbeda dengan apa yang mungkin dialami Bank di segmen pasar lainnya. Biaya ini dapat dipertahankan oleh Bank dan lebih kepada mengoptimalkan pengembalian daripada mengamankan kelangsungan hidup.

Namun, ini adalah karakteristik dari likuiditas bahwa aset ini harus tersedia setiap saat dan bukan pada sebagian besar waktu saja. Pembayaran harus dilakukan pada hari jatuh tempo, atau Bank dinyatakan tidak likuid jika gagal melakukan. Secara statistik, kemungkinan terjadinya hal ini sangat rendah. Namun jika itu terjadi, dampaknya akan sangat parah dan bisa berakibat fatal bagi Bank. Tidak ada manajer yang dapat mengambil risiko seperti itu dan bermain-main dengan investasi pemegang saham.



Gambar 3. Risiko likuiditas sebagai salah satu elemen di risiko perbankan
Sumber: Bartetzky, 2008, p. 11

Pihak yang bertanggung jawab untuk menjaga status likuiditas di Bank akan mengamankan berbagai jenis risiko pada tingkat yang masih dapat diterima. Dengan mempertimbangkan tujuan-tujuan ini, setiap kebijakan likuiditas harus mempertimbangkan aspek kewajiban pembayaran liabilitas di satu sisi serta memungkinkan strategi pendapatan bisnis di sisi lain. Dengan kata lain, mengabaikan liabilitas atau kewajiban kepada nasabah tidak bisa menjadi kebijakan utama.

Dalam proses perumusan kebijakan apa pun, akan lebih baik jika suatu Bank dapat merujuk pada pengalaman lembaga serupa, atau, lebih baik menyesuaikan aturan yang disepakati secara umum. Untuk beberapa aspek perbankan, kemajuan yang signifikan telah dicapai dalam

merumuskan kebijakan. Mengenai masalah kecukupan modal, mayoritas Bank sudah menerapkan metode yang sama dalam menilai nasabah pada Bank atau menilai risiko pasar, karena aturan ini serupa, hal ini membantu Bank untuk mengacu pada standar yang ada sambil memungkinkan mereka untuk membandingkan institusi satu sama lain. Namun, tahap itu belum tercapai secara maksimal terkait likuiditas. Kebijakan pemerintah yang diterapkan oleh masing-masing Bank masih bisa sangat berbeda dari satu negara ke negara lain. Upaya untuk mencapai sistem likuiditas yang efektif dan sebanding juga sedang dalam proses pembuatan, tetapi untuk saat ini berarti berpegang pada kebijakan pemerintah setempat dan, jika tidak mengikuti kompleksitas lembaganya sendiri, mengembangkan konsep likuiditas yang sesuai dapat menutupi kebutuhan internal berupa pembayaran liabilitas terhadap nasabah di satu sisi serta memungkinkan adanya strategi pendapatan bisnis di sisi lain.

F. MANAJEMEN RISIKO LIKUIDITAS

Setelah krisis keuangan pada tahun 2007-2008, Bank menjadi lebih peka terhadap risiko dan manajemen risiko selama beberapa dekade terakhir. Pasar yang bergejolak, aset dan dislokasi pendanaan, tekanan sistemik, dan kerugian yang diakibatkannya telah memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran risiko, meskipun peristiwa memilukan seperti krisis terakhir menyoroti bahwa masih banyak yang harus dilakukan. Dengan sedikit indikasi bahwa lingkungan operasi ekonomi dan keuangan akan menjadi lebih ramah di tahun-tahun mendatang, manajemen risiko yang ketat akan tetap penting. Tetapi ada sedikit keraguan bahwa risiko likuiditas telah memasuki pemikiran dan praktik dalam arus utama keuangan. Identifikasi dan pengelolaan risiko likuiditas sekarang menjadi hal penting yang harus dianggap sebagai langkah ke depan di sektor perbankan.

1. Peranan faktor internal

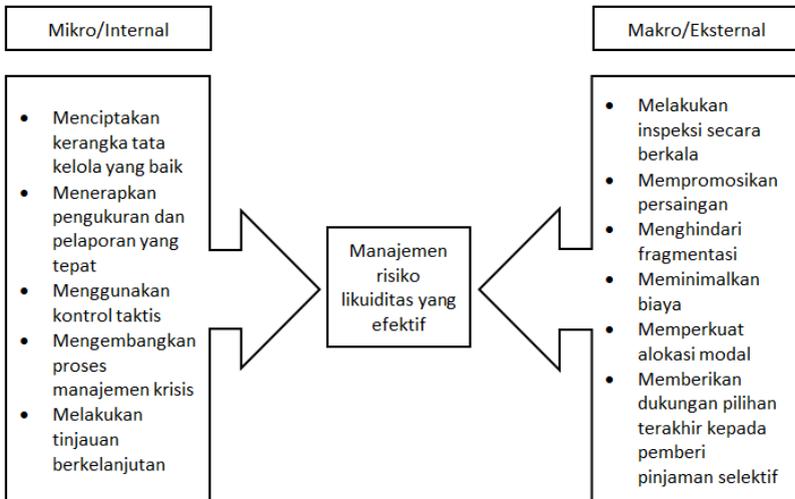
Beberapa Bank telah melakukan upaya untuk mengurangi ketergantungan mereka pada sekelompok kecil pasar pendanaan, pemberi pinjaman, atau investor; yang lain telah membuat kebijakan yang memungkinkan mereka untuk mengurangi aset pada saat kesulitan

keuangan, dan yang lainnya telah menciptakan sumber likuiditas yang kuat dengan campuran yang tepat dari aset berkualitas tinggi dan dapat dijual. Proses tersebut harus diperpanjang lebih jauh, ke titik di mana semua Bank memiliki beberapa jenis mekanisme manajemen risiko likuiditas - idealnya, yang terkait dengan aspek lain dari manajemen risiko keuangan. Faktor internal dapat dilihat pada gambar 4.

2. Peranan faktor eksternal

Masalah likuiditas menjadi semakin penting karena aset global dan pasar pendanaan menjadi lebih terkait dan saling bergantung: pendanaan yang efektif, perdagangan, pembiayaan, investasi, *hedging*, dan berspekulasi membutuhkan stabilitas sistemik. Faktanya, terdapat hubungan yang sangat kuat antara lembaga keuangan dan pasar keuangan: Bank khususnya membutuhkan pasar untuk mengakses pendanaan dan manajemen risiko / peluang transfer, sementara pasar membutuhkan Bank untuk transformasi likuiditas dan jatuh tempo dan pemberian kredit. Stabilitas sistemik sangat penting.

Namun, dalam upaya untuk mencapai tingkat pangsa pasar atau profitabilitas tertentu, seluruh sektor mungkin salah perhitungan atau mengabaikan risikonya, yang dapat menambah ketidakstabilan sistemik. Seperti yang telah kita lihat, gelombang yang mengalir melalui sistem dapat merusak, dan berpotensi menimbulkan kerugian finansial yang signifikan bagi sektor perbankan. Oleh karena itu, merupakan kewajiban bagi regulator industri, perwakilan, dan organisasi pengaturan mandiri untuk mempertimbangkan mekanisme yang dapat membantu mempromosikan dan memperluas stabilitas. Sementara beberapa otoritas nasional telah memainkan peran aktif di bidang ini, yang lain tidak, atau perlu memperbaiki proses dan teknik mereka. Faktor eksternal dalam manajemen risiko likuiditas dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Manajemen risiko likuiditas yang efektif

Sumber: Banks (2014)

Sebagai tambahan, berdasarkan peraturan Bank Indonesia yang tertuang pada Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/16/DPNP 2009, manajemen risiko likuiditas di Indonesia harus berdasarkan pada proses sebagai berikut:

a. Proses Identifikasi

Bank wajib melakukan proses identifikasi risiko likuiditas, baik eksposur Risiko saat ini maupun yang akan timbul di masa datang. Identifikasi risiko likuiditas merupakan proses yang berkelanjutan dan harus dilakukan secara berkala sebagai berikut:

1) Bank perlu melakukan analisis terhadap seluruh sumber risiko likuiditas yang meliputi:

- Produk dan kegiatan perbankan yang dapat mempengaruhi sumber dan penggunaan dana baik pada posisi aset dan kewajiban atau liabilitas maupun rekening administratif; dan
- Kegiatan perbankan secara alami akan menghubungkan risiko likuiditas dengan risiko lain, seperti risiko kredit, risiko pasar, dan risiko operasional. Maka, perlu adanya analisis terhadap risiko-risiko lain yang dapat mempengaruhi likuiditas.

- 2) Analisis terhadap seluruh sumber risiko likuiditas dilakukan untuk mengetahui jumlah dan tren kebutuhan likuiditas, serta sumber pendanaan yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

b. Proses Pengukuran

Setelah proses identifikasi, proses selanjutnya adalah proses pengukuran di mana proses ini akan menghitung risiko secara tepat waktu dan komprehensif. Berikut ini adalah beberapa ketentuan yang diwajibkan oleh Bank Indonesia:

- 1) Bank wajib memiliki alat pengukuran yang dapat mengkuantifikasi risiko likuiditas
- 2) Alat pengukuran tersebut paling kurang meliputi:
 - Proyeksi arus kas, yaitu proyeksi seluruh arus kas masuk dan arus kas keluar termasuk kebutuhan pendanaan untuk memenuhi komitmen dan kontinjensi pada transaksi rekening administratif;
 - Rasio likuiditas, yaitu rasio keuangan yang menggambarkan indikator likuiditas dan/atau mengukur kemampuan Bank untuk memenuhi kewajiban jangka pendek;
 - Profil maturitas, yaitu pemetaan posisi aset, kewajiban, dan rekening administratif ke dalam skala waktu tertentu (*maturity buckets*) berdasarkan sisa jangka waktu sampai dengan jatuh tempo (*remaining maturity*); dan
 - *Stress testing*, yaitu pengujian yang dilakukan dengan menggunakan skenario tertentu terhadap posisi likuiditas Bank dalam kondisi krisis.
- 3) Pendekatan pada setiap alat pengukuran risiko likuiditas yang digunakan Bank, harus disesuaikan dengan kompleksitas aktivitas bisnis dan profil Risiko Bank. Bank dapat dikatakan melakukan kegiatan usaha yang kompleks jika Bank antara lain melakukan transaksi *treasury* secara aktif termasuk transaksi derivatif, memiliki atau menawarkan produk terstruktur (*structured product*).
- 4) Pengukuran risiko likuiditas Bank harus didokumentasikan dan dievaluasi secara berkala atau sewaktu-waktu apabila diperlukan, untuk memastikan kewajaran, akurasi, dan integritas data.

c. Proses Pemantauan

Bank harus memantau posisi likuiditas dan risiko likuiditas antara lain melalui hasil pengukuran risiko likuiditas termasuk kepatuhan terhadap limit yang ditetapkan. Pemantauan harus dilakukan oleh pegawai atau unit yang tidak terkait dengan pegawai atau unit yang menangani pendanaan. Hasil pemantauan digunakan sebagai dasar penentuan tindak lanjut bagi Bank untuk memitigasi eksposur risiko likuiditas dan melakukan penyesuaian yang diperlukan secara tepat waktu terhadap strategi manajemen likuiditas Bank. Hasil pemantauan disajikan dalam laporan berkala yang disampaikan kepada pihak yang berkepentingan sebagaimana diatur dalam kebijakan internal Bank.

d. Proses Pengendalian Risiko

Pengendalian risiko likuiditas dilakukan melalui strategi pendanaan, pengelolaan posisi likuiditas dan Risiko Likuiditas harian, pengelolaan posisi likuiditas dan risiko likuiditas intra-grup, pengelolaan aset likuid berkualitas tinggi, dan rencana pendanaan darurat.

e. Sistem Informasi Manajemen Risiko

Bank harus memiliki sistem informasi manajemen risiko yang memadai dan andal untuk mendukung pelaksanaan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian, serta pelaporan Risiko Likuiditas dalam kondisi normal dan kondisi krisis secara lengkap, akurat, kini, dan utuh. Sistem informasi Manajemen Risiko harus dapat menyediakan informasi terkini dan tepat waktu mengenai risiko likuiditas kepada Dewan Komisaris, Direksi, dan satuan kerja yang terkait dalam penerapan Manajemen Risiko untuk Risiko Likuiditas. Sistem informasi Manajemen Risiko harus dapat menyediakan informasi paling kurang mengenai:

- 1) Arus kas dan profil maturitas dari aset, kewajiban, dan rekening administratif;
- 2) Kepatuhan terhadap kebijakan, strategi, dan prosedur Manajemen Risiko untuk Risiko Likuiditas termasuk limit dan rasio likuiditas;
- 3) Laporan profil risiko dan *trend* likuiditas untuk kepentingan manajemen secara tepat waktu; dan

4) Informasi yang dapat digunakan untuk keperluan *stress testing*.

Sistem informasi Manajemen Risiko dan informasi yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan karakteristik, kegiatan usaha, dan kompleksitas bisnis Bank. Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi Manajemen Risiko meliputi antara lain:

- Posisi dan valuasi portofolio aset likuid berkualitas tinggi;
- Konsentrasi sumber pendanaan;
- Aset dan kewajiban serta tagihan dan kewajiban *off balance sheet*, yang bersifat tidak stabil (*volatile*);
- Proyeksi arus kas dan profil maturitas;
- Analisa arus kas dan ketersediaan akses pendanaan;
- Kepatuhan terhadap strategi dan limit yang telah ditetapkan;
- Kemampuan untuk meminjam atau melakukan penjualan aset pada berbagai pasar;
- Kapasitas penyedia *standby facilities* untuk memenuhi komitmen;
- Dampak dari penurunan kualitas aset, gangguan operasional, atau gangguan di pasar terhadap arus kas di masa datang dan kepercayaan pasar.

f. Sistem Pengendalian Internal

Bank harus melakukan evaluasi atas penerapan Manajemen Risiko untuk Risiko Likuiditas. Evaluasi dimaksud meliputi:

- kepatuhan pada kebijakan dan prosedur pengelolaan likuiditas;
- kecukupan sistem dan prosedur untuk melakukan identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian Risiko Likuiditas;
- efektivitas proses pelaksanaan identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian Risiko Likuiditas secara berkala;
- integritas laporan sistem informasi Manajemen Risiko.

G. RANGKUMAN MATERI

Bab ini telah membahas manajemen likuiditas pada sektor perbankan yang mencakup teori likuiditas, sumber likuiditas, aspek manajemen likuiditas, sampai pada manajemen risiko likuiditas. Dalam teorinya, ada beberapa pelajaran penting yang dapat di kemukakan di sini.

Pertama, likuiditas mengalami berbagai perkembangan seperti adanya konsep mengenai likuiditas pada jangka pendek, likuiditas pada jangka panjang, dapat diperdagangkan, dan likuiditas pasar. Perbedaan definisi ini diakibatkan oleh berkembangnya kegiatan sektor perbankan pada situasi yang berbeda.

Kedua, sumber likuiditas pada Bank dapat dikategorikan menjadi dua yaitu sumber dari aset dan sumber dari pembiayaan dan ekuitas. Tentunya, uang tunai dianggap sebagai salah satu aset yang paling likuid. Namun, kegiatan pada sektor perbankan tidak memungkinkan bank untuk memiliki satu jenis aset yang paling likuid. Sehingga, dampak likuiditas pada krisis keuangan terhadap sektor perbankan dapat di minimalisir.

Ketiga, krisis keuangan yang telah banyak terjadi dan mempengaruhi perekonomian banyak negara mendorong perlunya manajemen likuiditas yang berdasarkan pada aspek rencana bisnis dan keuangan, tingkat agregasi, *optionalities*, dan likuiditas alami dan bantuan.

Keempat, risiko likuiditas menjadi salah satu risiko yang perlu perhatian seluruh Bank. Risiko lain seperti risiko harga pasar, risiko kredit, risiko *event*, risiko bisnis, risiko nasabah dianggap dapat memicu adanya risiko likuiditas.

Kelima, dalam merespon risiko likuiditas tersebut, manajemen risiko perlu ditingkatkan di mana ada faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penerapan manajemen risiko yang efektif. Selain itu, peraturan Bank Indonesia sudah sangat jelas dalam mengarahkan sektor perbankan dalam mengelola likuiditasnya.

Ke depannya, sektor perbankan perlu sistem pengukuran dan pelaporan yang standar dan dapat diterapkan pada berbagai tingkat keuangan dan risiko Bank. Selain itu, kolaborasi antara praktisi, pemerintah sebagai regulator, dan nasabah sangat dibutuhkan dalam meningkatkan manajemen likuiditas yang lebih efektif dan efisien.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan perbedaan definisi likuiditas sesuai dengan perkembangan kajian literatur?
2. Mengapa likuiditas merupakan salah satu elemen penting dalam industri perbankan?
3. Apa saja risiko yang dapat mempengaruhi risiko likuiditas?
4. Proses apa saja yang diharapkan dapat diterapkan oleh Bank di Indonesia dalam mengimplementasikan manajemen risiko likuiditas?
5. Faktor apa yang mempengaruhi penerapan manajemen risiko likuiditas yang efektif?

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2013). Kodifikasi peraturan Bank Indonesia manajemen risiko. Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral (PRES).
- Bartetzky, Peter (2008) Liquiditätsrisikomanagement, in Bartetzky, Peter, Gruber, Walter and Wehn, Carsten (eds), *Handbuch Liquiditätsrisiko: Identifikation, Messung und Steuerung*, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, pages 1–27.
- Bartetzky, Peter, Gruber, Walter and Wehn, Carsten (eds) (2008) *Handbuch Liquiditätsrisiko: Identifikation, Messung und Steuerung*, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Begg, D., Giavazzi, F., Spaventa, L., & Wyplosz, C. (1991). European monetary union-The macro issues. Monitoring European Integration: The Making of Monetary Union, 2.
- Bodie, Z., & Merton, R. C. (1998). Finance. Prentice Hall.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Mohanty, P. (2012). *Principles of corporate finance*. McGraw-Hill Education.
- Duttweiler, R. (2009). Managing liquidity in Banks: a top down approach. John Wiley & Sons.
- Harris, L. (2003). *Trading and exchanges: Market microstructure for practitioners*. OUP USA.
- Moyer, R. C., McGuigan, J. R., Rao, R. P., & Kretlow, W. J. (2012). *Contemporary financial management*. Nelson Education.
- Reilly, F. K., & Brown, K. C. (2011). *Investment analysis and portfolio management*. Cengage Learning.
- Schwartz, R. A., & Francioni, R. (2004). *Equity Markets in Action: The Fundamentals of Liquidity, Market Structure & Trading+ CD* (Vol. 207). John Wiley & Sons.
- Sharpe, W. F., Alexander, G. J., & Bailey, J. W. (1999). Investments.
- Banks, E. (2014). Liquidity risk: Managing funding and asset risk 2nd Ed. Palgrave Macmillan.



BAB
6

MANAJEMEN KREDIT

Irwan Moridu, S.E., M.M

Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai

A. PENDAHULUAN

Manajemen Kredit ataupun manajemen angsuran ialah bagian yang sungguh berarti dalam manajemen perbankan secara totalitas, sebab sebagian besar penghasilan bank masih menggantungkan area kredit. Tetapi, penerapan pemberian kredit oleh bank wajib menggunakan prinsip ke hati-hatian. Umumnya risiko pemberian angsuran itu ditaksir besar (*high risk*). Tindakan hati-hati ialah prinsip yang wajib senantiasa diaplikasikan dalam tiap pemberian kredit. Tujuannya merupakan menghindari akibat yang mungkin terjadi.

Manajemen kredit bank merupakan sesuatu hal yang berarti untuk memaksimalkan kemampuan bank buat mengoptimalkan keuntungan atas sektor perkreditannya. Dengan kata lain manajemen kredit dari perbankan merupakan pengelolaan piutang kepada perusahaan pada umumnya. Perbankan ialah suatu industri yang mengkonsentrasikan pada pengoptimalan manajemen pinjaman serta manajemen piutang alhasil mempunyai *revenue* serta profitnya diterima dari beda pemasukan atas piutang ditambah bunga dengan keharusan ditambah bunga, maka ialah

sesuatu ketetapan jika bunga atas piutang senantiasa lebih besar dari bunga atas pinjaman.

Manajemen Kredit ialah bagaimana metode mengatur pemberian kredit mulai dari kredit itu diserahkan hingga dengan angsuran itu terbayar. Agar pengurusan kredit bisa dilaksanakan dengan sebaik-baiknya hingga kita terlebih dulu wajib memahami seluruh sesuatu yang berkaitan dengan kredit. Perbandingan angsuran yang diserahkan oleh lembaga finansial lain dengan angsuran yang diberikan oleh bank terdapat pada aspek manajemen kreditnya.

B. KONSEP DASAR MANAJEMEN KREDIT

1. Pengertian Manajemen Kredit

Untuk melaksanakan aktivitas operasional perusahaan, keinginan akan anggaran mutlak wajib ada sebab tanpa sediaan anggaran tidak akan mungkin aktivitas perusahaan bisa berjalan mudah. Dalam praktiknya anggaran yang di butuhkan perusahaan terdapat 2 berbagai, ialah buat sebagian kebutuhan modal upaya serta pemodalan.

Modal kegiatan ialah modal yang diperlukan buat pembiayaan operasional tiap hari, semacam melunasi pendapatan, telepon, listrik, bahan baku serta pembayaran yang lain. Modal kegiatan umumnya dipakai untuk aktivitas yang teratur dari perusahaan serta karakternya memiliki jangka waktu yang pendek. Sedangkan, pemodalan adalah modal yang diperlukan perusahaan dalam waktu yang jauh, semacam pemodalan membuat bangunan, industri, membeli mesin– mesin, serta pemodalan yang lain, kedua tipe modal ini serupa berartinya untuk dipenuhi pada perusahaan dengan waktu tertentu.

Kredit ialah kemampuan dalam menempuh atau melakukan sebagian pembelian dan melangsungkan perjanjian pinjaman dengan janji untuk pembayaran akan di lakukan pada waktu waktu khusus yang telah disetujui (Astiko, 1996).

Menurut Undang– Undang Pokok dari Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, Kredit ialah penyediaan uang ataupun anggaran dan tagihan yang bisa disamakan dengan perihal itu yang didasarkan atas persetujuan dan ataupun perjanjian dari pinjam meminjam antara kedua pihak adalah

pihak bank serta pihak yang lain yang mewajibkan dari pihak peminjam untuk bisa melaksanakan dengan jumlah bunga sebagai imbalan.

2. Fungsi Dan Tujuan Kredit

a. Fungsi Kredit

Menurut Kasmir (2013) fungsi kredit sebagai berikut:

- 1) Untuk menumbuhkan daya guna dari uang, maksudnya adalah apabila uang tersebut hanya disimpan di rumah maupun kantor maka tidak akan memperoleh sesuatu yang mungkin dapat berguna di masa depan.
- 2) Untuk dapat meningkatkan peredaran serta perputaran uang. Dalam pemahaman ini uang yang telah diberikan ataupun telah disalurkan kepada debitur akan beredar atau berputar dari satu daerah ke daerah yang lainnya, sehingga dalam suatu daerah yang mungkin kekurangan uang dengan adanya pinjaman/kredit, maka memungkinkan daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah yang lainnya.
- 3) Untuk menumbuhkan daya guna Barang Kredit yang di berikan oleh bank akan dapat digunakan oleh si debitur untuk mengolah barang yang semula tidak berguna menjadi berguna atau bermanfaat.
- 4) Meningkatkan jumlah peredaran barang kredit dapat menumbuhkan atau memperlancar arus perputaran barang dari satu daerah ke daerah lainnya, sehingga jumlah dari barang yang beredar atau berputar tersebut dari satu daerah ke daerah yang lainnya akan bertambah atau pinjaman/kredit dapat juga meningkatkan jumlah dari barang yang akan beredar.
- 5) Sebagai alat dari stabilitas ekonomi dengan adanya pemberian pinjaman/kredit dapat diartikan sebagai alat stabilitas ekonomi, hal ini karena dari adanya pinjaman/kredit yang mungkin diberikan mungkin menambah total dari barang yang mungkin diperlukan oleh masyarakat.
- 6) Untuk meningkatkan keinginan untuk berusaha bagi si pihak penerima pinjaman/kredit sudah barang tentu akan dapat menumbuhkan keinginan berusaha, apa lagi bagi pihak debitur yang memiliki modal yang sedikit. Dengan memiliki pinjaman/kredit debitur akan bergairah untuk memperbesar ataupun memperluas usahanya.

- 7) Untuk menumbuhkan pemerataan penghasilan, semakin banyak pinjaman/kredit yang telah disalurkan, maka memungkinkan akan semakin membaik, terutama dalam peningkatan pendapatan. Jika sebuah pinjaman/kredit yang telah diberikan dipergunakan membangun sebuah pabrik, maka pabrik itu tentu akan membutuhkan tenaga kerja yang banyak, yang kemungkinan akan mengurangi pengangguran. Bagi beberapa masyarakat yang ada di sekitar pabrik tersebut juga akan memperoleh penghasilan seperti gaji untuk karyawan yang bekerja di pabrik tersebut dan membuka rumah makan ataupun menyewa tempat tinggal atau jasa – jasa yang lainnya bagi masyarakat yang ada di sekitar lokasi pabrik.
- 8) Untuk meningkatkan hubungan internasional, dalam artian pinjaman internasional akan sangat meningkatkan hubungan yang saling membutuhkan antara pihak penerima kredit dengan pihak dari pemberi kredit.

b. Tujuan Manajemen Kredit

Tujuan kegiatan pemberian kredit secara umum oleh lembaga-lembaga keuangan dan juga program bagi masyarakat adalah untuk mensejahterakan masyarakat serta memajukan perekonomian.

Adapun tujuan kredit menurut penggunaannya adalah:

- 1) Kredit konsumtif adalah angsuran yang dipergunakan untuk keperluan pembelian barang - barang atau jasa-jasa untuk memberikan kepuasan kebutuhan manusia secara langsung.
- 2) b. Kredit produktif yaitu kredit yang dipergunakan untuk tujuan produktif seperti yang dapat menyebabkan meningkatnya manfaat, baik manfaat bentuk, tempat, waktu maupun manfaat kepemilikan. Kredit produktif terdiri atas kredit investasi yaitu kredit yang digunakan atas pembelian barang-barang modal, dan aktiva tetap. Kredit modal kerja yaitu kredit yang digunakan untuk perbelanjaan modal lancar yang habis dalam waktu tertentu.
- 3) Kredit likuiditas yaitu kredit yang bertujuan untuk membantu perusahaan yang sedang berada dalam kesulitan likuiditas dalam memelihara likuiditas minimalnya.

C. JENIS - JENIS KREDIT

Banyaknya macam aktivitas usaha yang dicoba oleh sebagian lembaga-lembaga finansial, yang salah satunya yaitu menyalurkan dana pada publik yang setelah itu disebut dengan pinjaman ataupun kredit. Pada teorinya kredit itu terdiri dari beberapa kategori, ialah:

1. Ditinjau dari aspek kegunaan

Tipe kredit ditinjau dari bidang manfaatnya yaitu untuk melihat pemakaian uang itu apakah dipakai dalam aktivitas penting ataupun aktivitas tambahan. Bila ditinjau dari bidang manfaat ada 2 tipe kredit ialah:

- a. Kredit investasi, kredit ini umumnya dipakai untuk kebutuhan ekspansi usaha ataupun membuat pekerjaan ataupun industri terkini di mana era konsumsinya untuk sesuatu periode yang relatif lebih lama serta umumnya manfaat kredit ini merupakan untuk aktivitas penting sesuatu industri.
- b. Kredit modal kerja, kredit ini dipakai untuk kebutuhan tingkatkan produksi serta operasionalnya.

2. Ditinjau dari bidang tujuan kredit

a. Kredit produktif

Kredit ini dipakai untuk kenaikan usaha maupun penciptaan ataupun pemodalannya, kredit ini diserahkan untuk menciptakan barang ataupun pelayanan.

b. Kredit konsumtif

Kredit yang dipakai untuk dikonsumsi ataupun digunakan secara pribadi. Kredit ini diserahkan kenasabahnya dipergunakan untuk membantu beberapa barang konsumtif. Beberapa jenis kredit yang termasuk di dalam kategori kredit konsumtif yaitu:

- 1) Kartu Kredit, merupakan fasilitas pinjaman tanpa jaminan yang diserahkan kepada perorangan sebagai pemilik kartu yang telah diterbitkan oleh perbankan khusus setelah aplikasi permohonan kartu kreditnya disetujui oleh bank yang berhubungan.
- 2) Kredit Perumahan, Fasilitas kredit untuk pembelian atau pembangunan rumah tinggal, ruko serta sebagainya dengan jaminannya merupakan objek yang dibiayai.

- 3) Kredit mobil, merupakan sarana angsuran untuk pembelian kendaraan dengan jaminan berbentuk kendaraan bermotor yang didanai itu.
- 4) Kredit Multiguna, Sarana kredit untuk seluruh keperluannya yang bersifat konsumtif, dengan agunan tanah ataupun sebagainya.

c. Kredit dagang

Kredit dagang ialah kredit yang dipakai untuk aktivitas perdagangan serta umumnya adalah kegiatan dalam pembelian barang dagangan yang pengembaliannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan itu. Kredit ini kerap didistribusikan kepada *supplier* atau agen perdagangan yang hendak membeli barang dalam jumlah yang banyak.

3. Ditinjau dari aspek jangka waktu

a. Kredit jangka pendek

Kredit ini merupakan kredit yang memiliki jangka durasi kurang dari satu tahun ataupun sangat lama satu tahun. Serta umumnya dipakai untuk kebutuhan modal kegiatan.

b. Kredit jangka menengah

Waktu durasi kreditnya berkisar antara satu tahun hingga dengan 3 tahun kredit, tipe ini bisa diberikan untuk modal kegiatan.

c. Kredit jangka panjang

Adalah kredit yang periode pengembaliannya sangat jauh ialah di atas 3 tahun ataupun 5 tahun. Umumnya angsuran ini dipakai untuk pemodalan jangka jauh seperti perkebunan karet, kelapa sawit ataupun manufaktur serta dapat pula untuk kredit konsumtif semacam kredit perumahan.

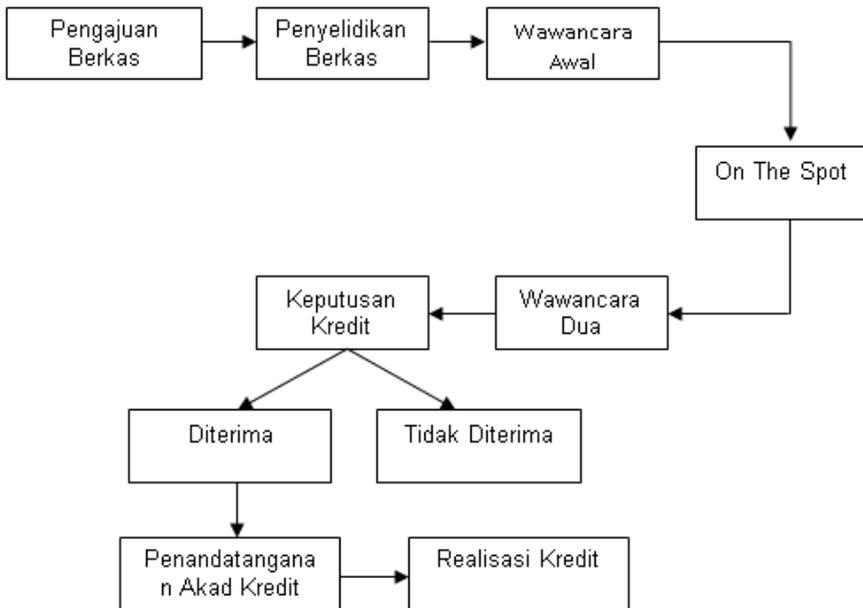
4. Kredit dilihat dari segi jaminan/agunannya.

- a. Kredit dengan jaminan, kredit ini ialah kredit yang diserahkan dengan sesuatu agunan khusus, ada pula agunan itu bisa berupa benda berbentuk ataupun tidak berbentuk. Artinya tiap angsuran yang dikeluarkan hendak dilindungi senilai agunan yang diserahkan sang calon debitur.

- b. Kredit tidak memakai, ialah kredit yang diserahkan betul- betul atas dasar keyakinan saja.

D. PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT

Prosedur merupakan tahapan yang harus dilalui untuk memperoleh suatu tujuan tertentu. Menurut Kasmir (2009), prosedur pemberian kredit seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Prosedur Pemberian Kredit

Uraian metode pemberian angsuran:

- Pengajuan Berkas - Berkas Merupakan arsip ataupun blangko pengajuan pembiayaan. Pada nasabah biasanya terdiri dari pengajuan pinjaman, *fotocopy* bukti diri, sebaliknya pada pelanggan berbadan hukum merupakan latar belakang perusahaan, maksud serta tujuan pembiayaan, besarnya pembiayaan serta jangka waktu, metode mengembalikan pembiayaan serta agunan.
- Pelacakan Arsip Pinjaman Yaitu untuk mempelajari berkas yang diajukan apakah telah komplet serta betul.

- c. Tanya jawab Awal Merupakan pelacakan langsung berhadapan dengan calon nasabah peminjam untuk mengenali kemauan calon debitur sesungguhnya.
- d. On The Spot Merupakan aktivitas pengecekan lapangan untuk meninjau bermacam obyek yang hendak dijadikan usaha ataupun agunan.
- e. Tanya jawab II ialah aktivitas untuk memastikan apakah calon kreditur pantas untuk mendapatkan pembiayaan ataupun tidak. Aktivitas ini pula untuk membetulkan berkas.
- f. Ketetapan Angsuran Merupakan penentuan mengenai penerimaan permohonan pembiayaan ataupun penolakan. Bila diterima hendak diteruskan ke proses berikutnya.
- g. Penandatanganan Akad Kredit Aktivitas untuk melaporkan persetujuan tercatat antara kedua belah pihak mengenai sesuatu perihal. Dalam perihal ini umumnya mengandung tentang mengikat agunan dengan hipotek serta akad lain yang dianggap perlu.
- h. Realisasi kredit diserahkan sesudah penandatanganan berbagai jenis surat- surat yang dibutuhkan dan membuka tabungan ataupun rekening giro pada bank yang berkaitan. Distribusi kredit yaitu pencairan ataupun pengumpulan uang dari rekening sebagai realisasi pembiayaan ataupun kredit.

Analisis kredit dapat dilakukan dengan berbagai alat analisis. Dalam praktiknya terdapat beberapa alat analisis yang bisa dipergunakan untuk menentukan kelayakan suatu kredit, yaitu:

1. Analisis 5 C
 - a. *Character*, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui sifat ataupun watak nasabah, apabila bertanggung jawab atas kredit yang diambarnya.
 - b. *Capacity*, yaitu analisis yang digunakan untuk melihat kemampuan dari pihak nasabah/debitur dalam hal membayar kredit.
 - c. *Capital*, yaitu analisis yang digunakan untuk menilai modal yang dimiliki nasabah untuk membiayai kredit.

- d. *Condition*, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui kondisi secara umum saat ini dan yang akan datang tentunya, kondisi yang akan dinilai terutama kondisi ekonomi .
- e. *Collateral*, ialah agunan yang dijaminan dari nasabah pada pihak bank dalam bentuk pembiayaan kredit yang diajukannya.

2. Analisis 7 P

- a. *Personality* ataupun karakter ialah evaluasi yang dipakai buat mengenali karakter sang calon nasabah.
- b. *Purpose* yaitu tujuan mengambil kredit
- c. *Party* maksudnya dalam mengalirkan kredit bank memisahkan menjadi beberapa kategori
- d. *Payment* adalah cara pembayaran kredit oleh nasabah
- e. *Prospect* adalah untuk mengetahui harapan ke depan terutama terhadap objek kredit yang dibiayai
- f. *Profitability* artinya kredit yang dibiayai oleh bank akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak
- g. *Protection* artinya perlindungan terhadap objek produk yang dibiayai.

3. Analisis 3 R

Analisis 3 R menurut Firdaus dan Arianti (2009) yaitu :

- a. *Retrun* (Hasil yang dicapai)
Yaitu penilaian dari hasil yang mungkin akan diperoleh dari perusahaan/debitur sesudah dibantu dengan pinjaman/kredit dari pihak bank. *Return* ini mencakup atas penilaian dari hasil yang mungkin akan diperoleh dari perusahaan/debitur setelah menerima kredit, atau dapat pula diartikan sebagai profit yang mungkin akan diperoleh pihak bank apabila menyalurkan kredit kepada pihak debitur.
- b. *Repayment* (Pembayaran Kembali)
Pihak bank harus mengkaji berapa lama kemungkinan perusahaan/debitur dari pemohon kredit tersebut dapat mengembalikan pinjaman/kreditnya sesuai dengan kemampuan dari pembayaran kembali dan apakah pinjaman/kredit harus dibayarkan secara angsur ataupun akan dilunasi sekaligus pada akhir periode.

- c. *Risk Bearing Ability* (Kemampuan menanggung risiko)
 Pihak bank harus mengetahui serta mengkaji sampai mana perusahaan/debitur dari pemohon kredit akan mampu menanggung risiko gagalnya usaha tersebut jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

E. MANAJEMEN KREDIT BERMASALAH

1. Pengertian Kredit Bermasalah

Kredit bermasalah merupakan pemberian sesuatu fasilitas kredit memiliki risiko kemacetan. Akhirnya, kredit tidak bisa ditagih alhasil memunculkan kerugian. Sebaik apapun analisa angsuran yang dilakukan dalam mempertimbangkan permohonan kredit kemungkinan terjadinya kredit bermasalah senantiasa ada. Ada pula faktor pemicu terbentuknya kredit bermasalah : (Kasmir, 2014)

- a. Dari pihak bank sendiri.

Dalam melaksanakan analisisnya, pihak analisa kurang cermat akibatnya apa yang sepatutnya terjadi, tidak diprediksi tadinya, bisa pula terjadi efek kolusi dari pihak analis angsuran dengan pihak debitur maka dalam analisisnya dicoba dengan cara individual.

- b. Dari pihak nasabah.

Dari pihak nasabah, kemacetan angsuran bisa dicoba akibat 2 perihal, ialah:

- 1) Terdapatnya faktor kesengajaan.

Dalam hal ini nasabah sengaja untuk tidak membayar kewajibannya pada bank akibatnya kredit yang diserahkan macet.

- 2) Terdapatnya faktor tidak terencana.

Dalam perihal ini debitur ingin melunasi namun tidak sanggup. Dalam perihal kredit macet bank butuh melaksanakan pengamanan, sehingga tidak hendak memunculkan kerugian. Pengamanan yang dicoba apakah dengan membagikan keringanan berbentuk jangka waktu ataupun angsuran terutama untuk kredit terkena musibah ataupun melaksanakan penyitaan bagi kredit yang terencana lengah untuk melunasi. kepada kredit mengalami kemacetan hendaknya pengamanan bank agar tidak hadapi kerugian

2. Faktor Penyebab Kredit Bermasalah

Terdapat sebagian penyebab yang melatarbelakangi permasalahan kredit bermasalah. Di antara lain dengan cara internal atau eksternal. Kredit macet ataupun masalah *loan* merupakan kredit yang mengalami kesusahan pelunasan akibat terdapatnya faktor- faktor ataupun faktor kesengajaan ataupun karena situasi di luar kemampuan debitur (Siamat, 1993). Terdapat sebagian penyebab dari kredit bermasalah antara lain sebagai berikut:

a. Aspek internal

Debitur ataupun nasabah dalam perihal ini merupakan sebagai pihak luar yang tidak sedikit dari mereka hadapi situasi penurunan finansial, upaya yang dijalani oleh nasabah tidak normal ataupun bisa jadi terdapat aspek kesengajaan dalam pembayaran tagihan yang tidak tepat waktu.

Perihal semacam ini sepatutnya gampang untuk dilindungi, cukup mengawasi kondisi suatu perusahaan. Bila terjadi penanggungan yang tidak wajar dalam penerimaan informasi finansial, pembayaran kredit ataupun dokumen yang lain. Setelah itu terdapat pelacakan yang tidak terduga dari lembaga- lembaga finansial lainnya tentang nasabah itu.

Dari bidang internal, kredit macet muncul diakibatkan oleh penyimpangan dalam penerapan metode perkreditan, itikad kurang bagus dari pemilik, pengelola, ataupun karyawan bank, lemahnya sistem administrasi serta pengawasan angsuran dan lemahnya sistem data kredit macet.

b. Aspek eksternal

Secara eksternal, kredit macet pula dapat disebabkan gagalnya upaya debitur, bencana kepada debitur ataupun kepada aktivitas usaha debitur, dan menyusutnya aktivitas ekonomi serta tingginya suku bunga kredit.

Dalam perihal ini pemicu penting Kredit Macet malah diakibatkan oleh kelengahan dari pihak bank itu sendiri. Tiap distribusi kredit untuk nasabah yang dilakukan oleh bank pasti memiliki efek, sebab orang selaku makhluk hidup wajar mempunyai keterbatasan keahlian dalam memperkirakan masa yang akan datang. Terlebih suasana serta situasi ' area' yang cepat berganti serta penuh ketidakpastian semacam sekarang ini.

Akibat kerugian dari Kredit Macet (*Non Performance Loan*) tidak hanya dialami oleh nasabah saja, pihak bank sebagai fasilitator pelayanan finansial juga akan mengalami kerugian. Begitu juga kita tahu akibat negatif yang dialami oleh nasabah merupakan nasabah wajib menanggung kewajiban pada bank. Mengingat tiap pinjaman dari bank (konvensional) mempunyai bunga yang lumayan membebankan nasabah, hingga jumlah peranan nasabah terus menjadi lama akan terus menjadi meningkat besar bila belum dilunasi.

Sebagian hal berarti yang wajib dicoba oleh bank dalam menekan ataupun mengurangi seminimal bisa jadi efek pemberian kreditnya, merupakan:

- 1) Menguatkan tim analis kartu kredit
- 2) Pihak Bank hendaknya tidak sangat ekspansif mengejar target
- 3) Mempelajari riwayat finansial nasabah dengan teliti
- 4) Tidak menghasilkan Jaminan sebagai salah satunya aspek aman analisa
- 5) Tepat waktu dalam melaksanakan pengajuan kredit
- 6) Memutuskan Plafon angsuran sesuai dengan keinginan nasabah

3. Penyelesaian Kredit Bermasalah

Manajemen kredit wajib melaksanakan analisis kepada kredit ataupun pinjaman yang diajukan oleh debitur. Hal inilah yang akan memutuskan apakah permohonan kredit akan ditolak atau diterima. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kasus atas kredit yang sudah disalurkan. Tetapi, walaupun sudah dicoba analisa dengan teliti, risiko kredit macet masih mungkin saja terjadi. Upaya yang dilakukan untuk penyelamatan terhadap kredit bermasalah antara lain:

a. *Rescheduling*

ialah usaha yang dilakukan untuk menanggulangi kredit bermasalah atau kredit macet dengan membuat pengagendaan kembali. Penjadwalan kembali dapat dilakukan kepada debitur yang mempunyai maksud baik akan melunasi namun tidak mempunyai kemampuan untuk melunasi angsuran pokok maupun angsuran bunga dengan jadwal yang sudah diperjanjikan.

b. *Reconditioning*

ialah usaha yang dilakukan dalam melindungi angsuran dengan mengganti semua ataupun beberapa kesepakatan yang sudah dilakukan. Dengan perubahan itu, diharapkan bahwa debitur bisa menuntaskan kewajibannya hingga beres. Perihal ini dapat dilakukan dengan metode:

- 1) Penyusutan suku bunga;
- 2) Pembebasan beberapa ataupun semua bunga yang tertunggak;
- 3) Penangguhan pembayaran bunga, ialah pembayaran kredit oleh nasabah yang dibebani sebagai pembayaran utama pinjaman hingga dengan waktu durasi tertentu, setelah itu pembayaran bunga dilakukan bila pelanggan telah sanggup.

c. *Restructuring*

Merupakan usaha yang dilakukan dengan metode mengganti bentuk pembiayaan yang mendasari pemberian kredit, misalnya dengan menaikkan jumlah angsuran.

F. RANGKUMAN MATERI

1. Manajemen kredit bank merupakan sesuatu hal yang berarti untuk memaksimalkan kemampuan bank buat mengoptimalkan keuntungan atas sektor perkreditannya. Dengan kata lain manajemen kredit dari perbankan merupakan pengelolaan piutang kepada perusahaan pada umumnya. Manajemen Kredit ialah bagaimana metode mengatur pemberian kredit mulai dari kredit itu diserahkan hingga dengan angsuran itu terbayar. Agar pengurusan kredit bisa dilaksanakan dengan sebaik- baiknya hingga kita terlebih dulu wajib memahami seluruh sesuatu yang berkaitan dengan kredit.
2. Tujuan kegiatan pemberian kredit secara umum oleh lembaga- lembaga keuangan dan juga program bagi masyarakat adalah untuk mensejahterakan masyarakat serta memajukan perekonomian.
3. Jenis – Jenis Kredit adalah :
 - a. Ditinjau dari aspek kegunaan
 - 1) Kredit investasi
 - 2) Kredit modal kerja

- b. Ditinjau dari bidang tujuan kredit
 - 1) Kredit produktif
 - 2) Kredit konsumtif, beberapa jenis kredit yang termasuk di dalam kategori kredit konsumtif yaitu:
 - Kartu Kredit
 - Kredit Perumahan
 - Kredit mobil
 - Kredit Multiguna
 - 3) Kredit perdagangan
 - c. Ditinjau dari aspek jangka waktu
 - 1) Kredit jangka pendek
 - 2) Kredit jangka menengah
 - 3) Kredit jangka panjang
 - d. Kredit dilihat dari segi
 - 1) Kredit dengan jaminan
 - 2) Kredit tidak memakai
 - e. Prosedur pemberian kredit pada umumnya adalah sebagai berikut :
 - 1) Pengajuan Berkas- Berkas Merupakan arsip ataupun blangko pengajuan pembiayaan.
 - 2) Pelacakan Arsip Pinjaman.
 - 3) Tanya jawab Awal.
 - 4) On The Spot.
 - 5) Tanya jawab II.
 - 6) Ketetapan Angsuran
 - 7) Penandatanganan Akad Kredit
 - 8) Realisasi kredit.
4. Kredit bermasalah adalah pemberian sesuatu fasilitas kredit memiliki risiko kemacetan. Akhirnya, kredit tidak bisa ditagih alhasil memunculkan kerugian. Sebaik apapun analisa angsuran yang dilakukan dalam mempertimbangkan permohonan kredit kemungkinan terjadinya kredit bermasalah senantiasa ada. Manajemen kredit wajib melaksanakan analisis kepada kredit ataupun pinjaman yang diajukan oleh debitur. Hal inilah yang akan memutuskan apakah permohonan kredit akan ditolak atau diterima. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kasus atas kredit yang sudah

disalurkan. Tetapi, walaupun sudah dicoba analisa dengan teliti, resiko kredit macet masih mungkin saja terjadi.

5. Metode dalam penyelesaian Kredit Bermasalah :
 - a. *Rescheduling*, ialah usaha yang dilakukan untuk menanggulangi kredit bermasalah atau kredit macet dengan membuat pengagendaaan kembali.
 - b. *Reconditioning*, ialah usaha yang dilakukan dalam melindungi angsuran dengan mengganti semua ataupun beberapa kesepakatan yang sudah dilakukan.
 - c. *Restructuring*, Merupakan usaha yang dilakukan dengan metode mengganti bentuk pembiayaan yang mendasari pemberian kredit, misalnya dengan menaikkan jumlah angsuran.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan pentingnya bank dalam mengelola kredit!
2. Jelaskan jenis – jenis kredit yang berhubungan dengan periode waktu kredit!
3. Jelaskan metode yang digunakan dalam menganalisis kredit!
4. Faktor apa – apa saja yang menyebabkan kredit bermasalah!
5. Upaya apa yang harus dilakukan oleh pihak Bank dalam menyelesaikan kredit bermasalah !

DAFTAR PUSTAKA

- Astiko. 1996. *Manajemen perkreditan*. Yogyakarta. Andi Offset
- Firdaus Rahmat & Maya Arianti. 2009. *Manajemen Perkreditan Bank Umum : Teori, Masalah, Kebijakan dan Aplikasi Lengkap dengan Analisis Kredit*. Bandung. Alfabeta
- Kasmir.2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta. Kencana
- Kasmir. 2013. *Analisis laporan keuangan. Edisi Pertama, Cetakan Keenam*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- . 2014. *Analisis laporan keuangan. Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Siamat Dahlan. 1993. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta. Intermedia
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.



ANALISA PENYALURAN KREDIT

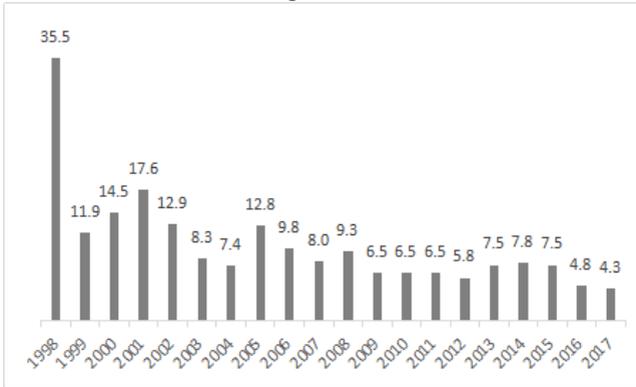
Lucky Nugroho, S.E., M.M., MAk., MCM
Universitas Mercu Buana-Bank Mandiri Syariah (BSM)

Soeharjoto, S.E., M.Si
Universitas Trisakti

A. PENDAHULUAN

Pembangunan suatu negara memerlukan dukungan dari seluruh sektor industri terutama sektor keuangan agar roda perekonomian dapat bergerak. Menurut Nugroho (2020) dan Jannah & Nugroho (2019), perbankan merupakan lokomotif dari sektor keuangan yang dapat menggerakkan industri keuangan lainnya seperti industri asuransi, industri multifinance, industri pasar modal, dan lainnya. Lebih lanjut, fungsi perbankan dalam menggerakkan sektor riil untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi memiliki peranan yang vital (Nugroho, 2020b; Nugroho, Utami, Harnovinsah, & Doktorlina, 2020). Oleh karenanya, keberadaan sektor perbankan memerlukan perhatian khusus dari seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Kejatuhan industri perbankan, dapat menyebabkan krisis moneter pada suatu negara, dan hal tersebut terjadi di Indonesia pada 1998, di mana suku bunga acuan Bank Indonesia

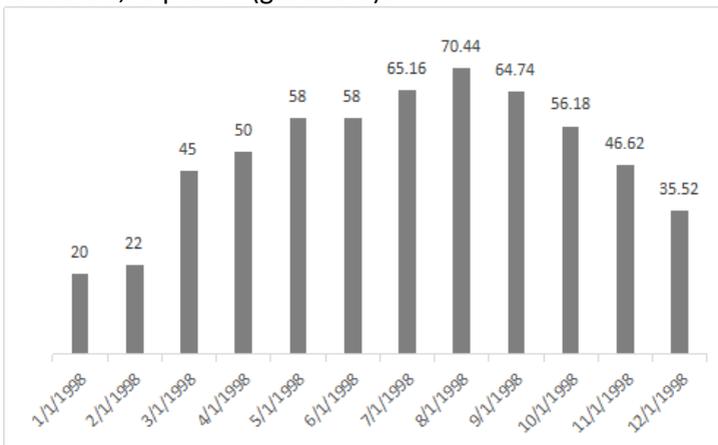
(BI) pada saat itu pernah mencapai 35,5 persen. Grafik suku bunga acuan BI periode 1998-2017 adalah sebagai berikut:



Sumber: (BI, 2018)

Gambar 1. Suku Bunga (Persen) Acuan BI Periode 1998-2017

Namun demikian, apabila dianalisa lebih mendalam terkait dengan suku bunga acuan BI pada 1998 secara bulanan, maka diketahui bahwa suku bunga pada periode 1998 pernah mencapai posisi yang tertinggi, yakni sebesar 70,44 persen (gambar 2).



Sumber: (BI, 2018)

Gambar 2. Suku Bunga (%) Acuan BI Periode 1998

Pada periode 1997-1998, terjadi krisis moneter yang disebabkan oleh meningkatnya kurs US\$ terhadap rupiah yang mencapai 600 persen.

Depresiasi nilai tukar rupiah yang semula 1 USD sebesar Rp2350,- menjadi Rp16.000 per 1 USD. Oleh karenanya, Bank Sentral (Bank Indonesia-BI) menerapkan kebijakan uang ketat atau *tight money policy* untuk mencegah terjadinya pembelian mata uang asing, melalui instrumen suku bunga dengan menaikkan tingkat suku bunga acuan. Selanjutnya, implikasi dari penerapan tingginya tingkat suku bunga tersebut adalah meningkatnya suku bunga kredit dan suku bunga simpanan pada bank (Soekapdjo, Tribudhi, & Nugroho, 2019; Tarmidi, 1999). Tingginya suku bunga bank pada saat itu, menyebabkan para debitur perbankan mengalami kesulitan dalam membayar angsurannya, bahkan pada saat itu, banyak debitur besar dari bank memiliki hutang dalam bentuk mata uang US Dollar atau mata uang asing lainnya. Dengan demikian, banyak nasabah yang memiliki pinjaman dengan jumlah besar ke bank dan juga memiliki pinjaman dalam bentuk mata uang asing pada saat itu, mengalami kesulitan untuk membayar angsuran sehingga debitur-debitur tersebut tidak mampu untuk melunasi hutangnya, bahkan usaha mereka bangkrut. Dampak bagi bank pada periode tersebut adalah terjadi kesulitan likuiditas, di mana pada saat yang bersamaan para pemilik simpanan ingin menarik simpanannya dikarenakan terdapat ketakutan uang mereka di bank-bank hilang, karena pada saat itu belum terdapat lembaga penjamin simpanan. Oleh karenanya, terdapat 16 bank yang dilikuidasi oleh pemerintah yang antara lain:

1. Bank Harapan Sentosa.
2. Bank Pacific.
3. Sejahtera Bank Umum.
4. Bank Andromeda.
5. Astria Raya Bank.
6. Bank Industri.
7. South Asia Bank.
8. Bank Guna Internasional.
9. Bank Pinaesan.
10. Bank Mataram Dhanarta.
11. Bank Jakarta.
12. Bank Kosagrha Semesta
13. Bank Umum Majapahit Jaya

14. Bank Citra Hasta Dhana
15. Bank Dwipa Semesta
16. Anrico Bank Limited

Selain itu, krisis moneter menyebabkan terjadinya merger bank milik pemerintah atau bank BUMN (badan usaha milik negara) pada Juli 1999 yang meliputi: Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim), dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) menjadi Bank Mandiri (Kartini, 2016). *Collapse*-nya atau bangkrutnya bank-bank tersebut menyebabkan terjadinya krisis moneter, di mana masyarakat pada saat itu banyak menarik uangnya dari lembaga keuangan bank sehingga terjadi *rush* (penarikan dana besar-besaran oleh masyarakat pada saat yang bersamaan). Pentingnya fungsi bank dalam perekonomian negara yaitu di dalam proses menghimpun dan mengalokasikan dana masyarakat dalam roda perekonomian (Nugroho & Anisa, 2018; Nugroho & Tamala, 2018; Soekapdjo & Tribudhi, 2020). Selanjutnya salah satu bisnis penting atau *core business* bank adalah menyalurkan pinjaman atau kredit (Ihwanudin, Maulida, et al., 2020; Ihwanudin, Wicaksono, et al., 2020; Iqbal Fasa et al., 2020; Lucky Nugroho et al., 2020; Nugroho, 2020b; Sukmadilaga & Nugroho, 2017). Menurut Feeney (2010), kredit berasal dari bahasa Yunani kata *credere* yang artinya kepercayaan. Oleh karenanya untuk memberikan pinjaman kepada nasabah, maka diperlukan analisa terhadap calon debitur agar bank dapat memiliki kepercayaan bahwa uang yang dipinjamkan dapat dikembalikan sesuai dengan komitmen dan perjanjian kredit yang telah disepakati (Mastur & Nugroho, 2020; Nugroho, Villaroel, & Utami, 2017).

Selanjutnya, untuk menghindari kredit macet dan gagal bayar dari nasabah yang dapat menyebabkan kerugian dan bahkan kebangkrutan industri perbankan, maka diperlukan analisa kredit yang memadai. Oleh, karenanya rumusan masalah dalam *book chapter* ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Prinsip Utama dalam Mengelola Risiko Kredit?
2. Bagaimana Prosedur Pemberian Kredit yang Sehat?
3. Bagaimana Proses Pemberian Putusan Kredit?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari *book chapter* ini adalah untuk menganalisa konsep proses penyaluran kredit yang berkualitas, sehingga dapat memitigasi bank dari pembiayaan bermasalah pada masa yang akan datang. Manfaat *book chapter* ini, dapat digunakan oleh para mahasiswa yang sedang mempelajari proses penyaluran kredit pada lembaga keuangan perbankan.

B. PRINSIP UTAMA DALAM MENGELOLA RISIKO KREDIT

Tujuan dari prinsip utama mengelola kredit adalah memberikan dan menyalurkan pinjaman kepada nasabah dengan kualitas yang baik sebagai bagian dari mitigasi risiko kredit bank. Adapun prinsip-prinsip utama mengelola risiko kredit meliputi:

1. Terdapatnya Pemisahan Pejabat Kredit, dalam mengelola risiko kredit, maka diperlukan pembagian fungsi sesuai dengan bidang tugasnya. Oleh karenanya, dalam penyaluran kredit terdapat pemisahan pejabat kredit. Sesuai bidangnya, pejabat kredit dibedakan menjadi pejabat kredit pada bidang *Relationship Management* (RM) yaitu pejabat atau petugas yang bertanggung jawab atas *credit relationship* (hubungan dan komunikasi dengan debitur), dan bertanggung jawab terhadap pengembalian pinjaman (Peppard, 2000; Ryals & Knox, 2001). Selain itu terdapat pejabat kredit di bidang *Credit Risk Management* (CRM) yang bertanggung jawab terhadap pengendalian risiko kredit dan manajemen *portfolio* kredit (Weber, 2012). Oleh karenanya, fungsi dari CRM tidak untuk melakukan pemasaran produk-produk pinjaman, akan tetapi CRM ikut bertanggung jawab terhadap pencapaian dan target-target bisnis yang telah menjadi bisnis komitmen.
2. Penerapan *Four Eyes Principle*, mekanisme penyaluran kredit harus melibatkan fungsi-fungsi lainnya sehingga tidak terjadi *conflict of interest*. Oleh karenanya, pada setiap proses pemberian fasilitas kredit dibutuhkan persetujuan oleh sekurang-kurangnya dua pejabat yang memiliki kewenangan sesuai dengan bidangnya (Febriadi, 2017).
3. Penerapan *Risk Scoring*, proses analisa kredit harus dilakukan secara hati-hati atau menganut asas prudensialitas. Dengan demikian setiap bisnis harus menerapkan standar penilaian risiko yang baku. Selanjutnya skor risiko yang telah terstandarisasi tersebut (baku)

digunakan sebagai acuan dan dasar perhitungan biaya risiko, perencanaan dan manajemen portofolio (Avery, Bostic, Calem, & Canner, 1996; Emel, Oral, Reisman, & Yolalan, 2003).

4. Pemisahan Pengelolaan Kredit Bermasalah, apabila kredit yang disalurkan mengalami keterlambatan pembayaran dan telah dikategorikan dalam kredit dengan status Kurang Lancar (KL), Diragukan (D), dan Macet (M), maka pengelolaannya harus dipindahkan dari jajaran *Relationship Management* (RM) kepada jajaran *Credit Risk Management* (CRM) ataupun dapat dilakukan oleh petugas pada jajaran *Relationship Management* (RM) yang ditunjuk untuk menangani kredit bermasalah tersebut (Nugroho & Malik, 2020).

C. PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT YANG SEHAT

Prosedur penyaluran kredit yang sehat atau berkualitas, merupakan salah satu tindakan dari mitigasi risiko kredit, yang bertujuan agar penyaluran kredit dapat tepat sasaran. Oleh karenanya, dalam penyaluran kredit diperlukan perencanaan yang meliputi:

1. Penetapan Sasaran (PS), penetapan pasar sasaran kredit ditetapkan oleh unit kerja bisnis di kantor pusat sesuai dengan segmen bisnis yang menjadi supervisinya seperti Micro Banking Group, akan menetapkan pasar sasarnya sesuai dengan risiko pasar dan *trend* yang ada. Oleh karenanya proses penetapan pasar sasaran (PS) harus disetujui oleh Direktur Bidang (Direktur Bisnis Mikro), Direktur yang membawahi Kepatuhan dan Direktur yang membawahi Pengendalian Kredit. Definisi dari pasar sasaran adalah sekelompok nasabah dalam suatu industri, segmen ekonomi, pasar atau suatu daerah geografis yang memiliki ciri-ciri tertentu yang diinginkan dan diperlukan untuk mengalokasikan usaha dan biaya pemasaran untuk mencari peluang-peluang dan ekspansi bisnis bank. Selanjutnya, sebagai contoh penerapan sasaran pada segmen bisnis kredit mikro mencakup pengusaha mikro dan juga golongan berpenghasilan tetap yang memerlukan tambahan pembiayaan yang besarnya sesuai dengan *plafond* segmen mikro.
2. Penetapan Kriteria Risiko yang Dapat Diterima (KRD), penetapan KRD dilakukan oleh unit kerja bisnis di kantor pusat yang telah mendapat

persetujuan dari unit kerja *risk management* yang selanjutnya disetujui oleh Direktur bidang Bisnis dan Direktur bidang Kepatuhan dan Direktur yang membawahi fungsi Pengendalian Kredit. Kriteria Risiko yang Dapat Diterima adalah kriteria-kriteria risiko termasuk kriteria nasabah atau calon nasabah yang dipilih atau dapat diterima oleh unit kerja bisnis untuk setiap pasar sasaran yang telah ditetapkan. Adapun kriteria tersebut dapat bersifat kualitatif dan kuantitatif. Lebih lanjut, parameter-parameter yang dapat digunakan untuk menetapkan KRD adalah sebagai berikut:

- a. Kemampuan membayar kembali (*Repayment Capacity/RPC*);
- b. Pengalaman mengelola usaha;
- c. Prospek bisnis dari sektor yang dijalani;
- d. Pasar untuk produk dan jasa yang dihasilkan;
- e. Khusus untuk penyaluran kredit kepada golongan berpenghasilan tetap, maka diperlukan kerja sama antar instansi baik pemerintah, BUMN dan swasta serta adanya kesanggupan tertulis untuk memotong gaji debitur tersebut untuk membayar angsurannya selama periode pinjaman.

D. PROSES PEMBERIAN PUTUSAN KREDIT

Proses pemberian putusan kredit merupakan rangkaian proses yang meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Prakarsa dan Permohonan Kredit

Tahapan pertama dalam persetujuan kredit adalah kelengkapan permohonan pengajuan pinjaman dari calon nasabah. Permohonan pengajuan pinjaman tersebut harus sesuai dengan ketentuan dari bank dan harus diisi secara lengkap. Adapun tujuan dari permohonan pembiayaan dari nasabah adalah untuk memastikan bahwa calon nasabah tersebut benar-benar membutuhkan pinjaman dan mengidentifikasi tujuan dari penggunaan dana pinjaman bank. Selain *form* pengajuan permohonan pembiayaan yang telah diisi secara lengkap oleh calon nasabah, dokumen-dokumen pendukung lainnya juga wajib untuk disertakan yang antara lain sebagai berikut:

- 1) Identitas nasabah, antara lain:
 - a. *Copy* KTP/Identitas pemohon & suami/istri.

- b. *Copy* Kartu Keluarga.
 - c. *Copy* Surat Nikah/Cerai.
- 2) Bukti sumber penghasilan, antara lain:
- a. *Copy* Surat Izin Usaha.
 - b. Asli slip gaji terakhir/Surat keterangan penghasilan untuk golbertap.
 - c. *Copy* NPWP (untuk limit pembiayaan sesuai ketentuan Bank Indonesia).
- 3) Dokumen agunan, antara lain:
- a. *Copy* Dokumen kepemilikan agunan.
 - b. *Copy* IMB dan bukti setoran pembayaran PBB.

2. Analisa dan Evaluasi

Analisa dan evaluasi dalam penyaluran pembiayaan atau kredit antara lain:

- 1) Analisa dan evaluasi pembiayaan yang mencakup:
- a. Permohonan Nasabah.
 - b. Hasil *scoring*.
 - c. Informasi nasabah dan pihak terkait:
 - Legalitas usaha.
 - Pengalaman usaha dan kemampuan nasabah mengelola usaha.
 - Kemampuan membayar berdasarkan data keuangan nasabah yang telah di verifikasi kewajarannya (pendapatan usaha, biaya usaha, biaya hidup, gaji, hutang).
 - Agunan yang akan diterima Bank dan bentuk pengikatannya.
 - Karakter nasabah
- 2) Analisa Bisnis, analisa bisnis yang perlu dilakukan dalam menyalurkan pembiayaan menurut Mastur & Nugroho (2020), antara lain adalah sebagai berikut:
- a. Analisa bisnis berdasarkan aspek manajemen, yaitu analisa bisnis terkait dengan sejauh mana keberlangsungan bisnis calon nasabah berpotensi untuk berkembang di masa yang akan datang;
 - b. Analisa bisnis berdasarkan aspek produksi atau teknis, yaitu analisa bisnis terkait dengan ketersediaan aspek-aspek produksi yang dimiliki oleh calon nasabah;

- c. Analisa bisnis berdasarkan aspek pemasaran, yaitu analisa bisnis terkait dengan prospek produk atau layanan yang dihasilkan oleh calon nasabah dapat diterima oleh masyarakat sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang memadai untuk membayar angsuran pinjaman;
- d. Analisa bisnis berdasarkan aspek keuangan, yaitu analisa bisnis terkait dengan kemampuan nasabah dalam membayar angsuran pembiayaan melalui laporan keuangan yang telah dibuat oleh nasabah. Analisa laporan keuangan tersebut dapat meliputi: proyeksi keuangan, neraca dan laba atau rugi, sumber dan penggunaan dana, serta arus kas.

3. Penetapan Tipe Kredit

Selanjutnya penyaluran kredit atau pembiayaan dapat dibedakan menjadi:

- a. Kredit modal kerja (eksploitasi), kredit modal kerja diberikan kepada pengusaha dan golongan berpenghasilan tetap (pekerja) sebagai tambahan dana atau pembiayaan yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan modal kerja usaha bagi pengusaha dan keperluan konsumtif bagi pekerja.
- b. Kredit Investasi, yaitu kredit yang diberikan kepada pengusaha untuk membiayai pembangunan prasarana dan sarana atau peralatan produksi. Sedangkan bagi golongan berpenghasilan tetap, kredit tersebut dapat dipergunakan untuk pembelian atau pembangunan rumah, pembelian kendaraan bermotor dan lain sebagainya yang bersifat produktif.

Rekomendasi, penetapan limit pembiayaan yang direkomendasikan oleh pejabat yang memiliki kewenangan wajib memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

- a. *Scoring* pembiayaan.
- b. Kemampuan membayar nasabah.
- c. Permohonan nasabah.
- d. Kecukupan agunan.

E. RANGKUMAN MATERI

Penyaluran kredit atau pembiayaan bagi bank merupakan hal yang vital karena merupakan *core business*, dan berkualitasnya penyaluran pembiayaan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi bank. Selanjutnya baiknya kinerja, maka akan meningkatkan reputasi bank sehingga kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan menjadi meningkat. Beberapa proses yang perlu menjadi perhatian antara lain adalah:

1. Prinsip utama dalam mengelola risiko kredit yang mencakup:
 - a. Terdapatnya Pemisahan Pejabat Kredit;
 - b. Penerapan *Four Eyes Principle*;
 - c. Penerapan *Risk Scoring*;
 - d. Pemisahan Pengelolaan Kredit Bermasalah.
2. Prosedur pemberian kredit yang sehat antara lain:
 - a. Penetapan Sasaran (PS);
 - b. Penetapan Kriteria Risiko yang Dapat Diterima (KRD).
3. Proses pemberian putusan kredit, yang meliputi:
 - a. Prakarsa dan Permohonan Kredit;
 - b. Analisa dan Evaluasi;
 - c. Penetapan Tipe Kredit;
 - d. Rekomendasi.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan mengapa industri perbankan dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi;
2. Jelaskan perbedaan fungsi dari *Relationship Management* (RM) dengan *Credit Risk Management* (CRM);
3. Jelaskan prinsip-prinsip utama dalam mengelola kredit;
4. Jelaskan prosedur-prosedur yang diperlukan agar penyaluran kredit dapat berkualitas;
5. Jelaskan bagaimana proses pemberian putusan kredit;

DAFTAR PUSTAKA

- Avery, R. B., Bostic, R. W., Calem, P. S., & Canner, G. B. (1996). Credit Risk Credit Scoring and the Performance of Home Mortgages. *Federal Reserve Bulletin*, July(82), 1–29.
- BI. (2018). Suku Bunga Sempat Melonjak Hingga 70% Saat Krisis Moneter 1998 | Databoks. Retrieved October 29, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/26/suku-bunga-sempat-melonjak-hingga-70-saat-krisis-moneter-1998#>
- Emel, A. B., Oral, M., Reisman, A., & Yolalan, R. (2003). A credit scoring approach for the commercial banking sector. *Socio-Economic Planning Sciences*, 37(2), 103–123. [https://doi.org/10.1016/S0038-0121\(02\)00044-7](https://doi.org/10.1016/S0038-0121(02)00044-7)
- Febriadi, S. R. (2017). Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 231–245. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2585>
- Feeney, D. (2010). Crediting Pseudolus: Trust, Belief, and the Credit Crunch in Plautus' Pseudolus. *Classical Philology*, 105(3), 281–300.
- Ihwanudin, N., Maulida, S., Ilham Akbar Fatriansyah, A., Sari Rahayu, S., Nugroho, L., Widyastuti, S., ... Arzhi Jiwantara, F. (2020). *Pengantar Perbankan Syariah (Konsep, Regulasi & Praktis)*. Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com
- Ihwanudin, N., Wicaksono, G., Kembauw, E., Suciati, R., Reza, M., Manggabarani, A. S., ... Nugraheni, S. (2020). *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com
- Iqbal Fasa, M., Febrianty, M., Si Abd Kholik Khoerulloh, M., Arisa, A., Wiwik Utami, Ss., Ivan Rahmat Santoso, C., ... Anne Haerany, M. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com
- Jannah, D. M., & Nugroho, L. (2019). Strategi Meningkatkan Eksistensi Asuransi Syariah. *JURNAL MANEKSI*, 8(1), 169–176.
- Kartini, D. (2016). Perbankan dalam pusaran krisis moneter 1997-1998 | Liputan Khusus Perbankan. Retrieved October 30, 2020, from

<https://lipsus.kontan.co.id/v2/perbankan/read/320/perbankan-dalam-pusaran-krisis-moneter>

- Lucky Nugroho, P., Ghazali, A., Dadan Suganda, A., Ode Angga, L., Anshary Hamid Labetubun, M., Ihwanudin, N., ... Anwar, A. (2020). *Pengantar Perbankan Syariah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com
- Mastur, A. A., & Nugroho, L. (2020). Analisa Bisnis. In *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan* (1st ed., pp. 1–12). Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from <https://repository.penerbitwidina.com/publications/326498/dasar-dasar-analisa-laporan-keuangan>
- Nugroho, L. (2020a). Konsep Ekonomi dan Perbankan dalam Islam. In *Pengantar Perbankan Syariah* (1st ed., Vol. 1, pp. 1–26). Widina Bhakti Persada Bandung. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nugroho, L. (2020b). Pandemi Covid-19 dan Keberlangsungan Industri Perbankan. In *Gotong Royong Menghadapi Covid-19 Ide dan Solusi* (pp. 8–16). Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Nugroho, L., & Anisa, N. (2018). *Pengaruh Manajemen Bank Induk, Kualitas Aset, dan Efisiensi terhadap Stabilitas Bank Syariah di Indonesia (Periode Tahun 2013-2017)*. *Jurnal Inovasi dan Bisnis* (Vol. 6). Retrieved from www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Nugroho, L., & Malik, A. (2020). Determinasi Kualitas Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Berdasarkan Perspektif Sumber Angsuran dan Rasio Fraud Account Officer. *Moneter*, 7(1), 71–79.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi Pengusaha UMKM terhadap Peran Bank Syariah. *Jurnal SIKAP*, 3(1), 49–62.
- Nugroho, L., Utami, W., Harnovinsah, & Doktorlina, C. M. (2020). Covid-19 and The Potency of Disruption on The Islamic Banking Performance (Indonesia Cases). *International Journal of Economic and Business Applied*, 1(1), 11–25.
- Nugroho, L., Villaroel, W., & Utami, W. (2017). The Challenges of Bad Debt Monitoring Practices in Islamic Micro Banking. *European Journal of Islamic Finance*, 11, 1–11.
- Peppard, J. (2000). Customer Relationship Management (CRM) in Financial

- Services. *European Management Journal*, 18(3), 312–327. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(00\)00013-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(00)00013-X)
- Ryals, L., & Knox, S. (2001). Cross-functional issues in the implementation of relationship marketing through customer relationship management. *European Management Journal*, 19(5), 534–542. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(01\)00067-6](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(01)00067-6)
- Soekapdjo, S., & Tribudhi, D. A. (2020). Pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap kredit bermasalah perbankan konvensional di Indonesia. *Kinerja*, 17(2), 278–286.
- Soekapdjo, S., Tribudhi, D. A., & Nugroho, L. (2019). Pengaruh Fundamental Ekonomi dan Kinerja Keuangan Terhadap Kredit Bermasalah Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(2), 126. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i2.327>
- Sukmadilaga, C., & Nugroho, L. (2017). *Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah" Prinsip, Praktik dan Kinerja*. (P. Media, Ed.) (First). Lampung, Indonesia: Pusaka Media.
- Tarmidi, L. T. (1999). Krisis Moneter Indonesia: Sebab, Dampak, Peran IMF dan Saran. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 1(4), 1–25. Retrieved from <https://www.bmeb-bi.org/index.php/BEMP/article/view/183/158>
- Weber, O. (2012). Environmental Credit Risk Management in Banks and Financial Service Institutions. *Business Strategy and the Environment*, 21(4), 248–263. <https://doi.org/10.1002/bse.737>



MANAJEMEN PEMASARAN BANK

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.
STIE Muhammadiyah Asahan (STIEMA)

A. PENDAHULUAN

Dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri, peran perbankan memang tidak pernah dapat diabaikan, baik oleh pelaku ekonomi dan juga pemegang kebijakan. Bagaimana tidak, perbankan sebagai lembaga intermediasi tentu, menjadi salah satu faktor pemicu pergerakan ekonomi di seluruh sektor.

Di era modern ini istilah bank sudah tidak asing lagi terdengar di telinga kita. Begitu juga dengan perkembangan perbankan di Indonesia, juga dirasakan begitu cukup pesat. Antusias dari masyarakat yang sangat tinggi dalam menggunakan produk dan jasa perbankan, hal ini juga menjadi bukti dari tingkat perkembangan bank itu sendiri. Adanya faktor kemudahan dan keamanan saat bertransaksi melalui jasa perbankan, ini telah membuat masyarakat semakin percaya pada lembaga keuangan bernama bank.

Bank seperti yang kita telah ketahui, didirikan sebagai lembaga intermediasi. Di mana fungsi bank secara sederhana adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan ke masyarakat pula. Secara umum dapat dikatakan juga bahwa masyarakat pengguna jasa

perbankan berasal dari semua kalangan. Bank juga dapat dianggap sebagai media lembaga sebagai perantara antara orang-orang yang kelebihan dana dengan orang-orang yang kekurangan dana. Tujuan dari kegiatan ini adalah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Lembaga keuangan perbankan dalam kinerja untuk kesuksesan, baik manajemen maupun operasionalnya, lembaga bank harus memiliki beberapa konsep dasar yang menyertainya di dalam lalu lintas pelayanan. Di antaranya pelayanan yang dimaksud adalah manajemen pemasaran bank. Pemasaran bukan berarti hanya terpaku pada kegiatan promosi dan penjualan saja. Namun lebih dari itu. Dalam dunia perbankan, yang dimaksud dengan konsep manajemen pemasaran adalah upaya untuk mencapai kepuasan nasabah terhadap penggunaan produk yang dikeluarkan oleh pihak bank, entah itu penggunaan produk berupa tabungan, giro, deposito maupun *service* (jasa pelayanan) yang diberikan pada nasabah.

Pencapaian yang berupaya pada tingkat kepuasan nasabah dikaitkan dengan berbagai cara ataupun strategi yang dijalankan oleh pihak lembaga keuangan perbankan. Di antara berupa strategi produk (tabungan, giro dan deposito), strategi lokasi (*layout*), strategi harga suatu produk dan jasa *service*, strategi promosi untuk penjualan dengan tingkat penjualan yang maksimal. Banyaknya profit yang didapatkan oleh suatu bank, akan sangat tergantung pada bagaimana suatu upaya pemasaran itu sendiri dapat berjalan lancar. Untuk itu, maka bank memerlukan beberapa konsep dan strategi yang matang, yang dapat digunakan untuk menilai kinerja manajemen dan operasional dari perbankan itu sendiri.

B. PENGERTIAN MANAJEMEN PEMASARAN BANK

Secara umum manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabah bank.

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran. Bisa pertukarannya dalam bentuk barang atau jasa yang dinilai atau dikonversi dengan nilai barang melalui satuan nilai mata uang.

Manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (target *buyers*) dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan pertukaran produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Pemasaran bank adalah menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa – jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya (Kasmir, 2004).

Pemasaran adalah sebuah sistem bagian dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar. (Ahmad, 2010)

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan, (Kasmir, 2010).

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan (giro, tabungan, dan deposito), pinjaman (kredit) atau jasa-jasa bank lainnya.

C. TUJUAN PEMASARAN BANK

Kasmir (2005) menyatakan bahwa tujuan pemasaran bank secara umum adalah memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank. Hal ini berarti bahwa adanya upaya bank untuk dapat memberikan usaha memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain merangsang konsumsi, sehingga dapat, menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang (*repeat order*).

Pihak bank yang melakukan pemasaran juga harus dapat memberikan nilai maksimum untuk kepuasan kepada pelanggan atau nasabahnya. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan yang dirasakan oleh nasabah ini akan ditularkan atau akan diberitahukan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya (getuk tular).

Selain itu, bank juga harus dapat memberikan penawaran yang maksimum untuk pilihan (ragam produk) kepada nasabah. Dalam hal ini, bank harus dapat menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.

Terkait dengan gaya hidup dan mobilitas pelanggan yang semakin tinggi. Bank seharusnya memberikan pelayanan untuk memaksimalkan kualitas atau mutu hidup. Tentu dengan memberikan berbagai fasilitas dan kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efektif dan efisien, khususnya saat nasabah menikmati layanan perbankan.

Adapun tujuan pemasaran bank secara umum Kasmir (2005), menyatakan adalah :

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank.
2. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

D. KONSEP-KONSEP PEMASARAN

Dewasa ini konsep pemasaran selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perkembangan ini dikarenakan adanya perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah *system* dan konsep pemasaran. Begitu juga dengan dunia usaha, harus ada penyesuaian. Penerapan konsep

pemasaran juga harus disesuaikan antara jenis usaha dan tujuan perusahaan yang menjalankan.

Bagi dunia usaha, tak terkecuali dunia perbankan. Konsep pemasaran yang dijalankan tentunya harus berorientasi serta fokus pada keuntungan bagi perusahaan. Dunia perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama.

Tanpa kegiatan pemasaran, jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya dapat dapat terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu. Dilakukan secara hati hati dan tentunya harus ada riset pasar yang dilakukan secara terus menerus. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi. Pengelolaan pemasaran bank yang profesional inilah yang disebut dengan pemasaran bank.

Secara umum, konsep pemasaran di dunia perbankan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep pemasaran untuk sektor bisnis yang lainnya. Seperti pada sektor industri manufaktur, sektor bisnis jasa dan lain-lain. Perbankan merupakan salah satu jenis industri jasa, sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep untuk produk jasa. Adanya yang membedakan pemasaran perbankan dari industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran. Hal ini karena industri perbankan merupakan industri yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan (*trust*) masyarakat.

1. Istilah dalam Konsep Pemasaran

Untuk memahami konsep pemasaran, maka diperlukan mengetahui istilah-istilah yang mendasari pemasaran. Adapun istilah yang berkaitan dengan konsep pemasaran adalah:

a. Kebutuhan (*needs*),

Adalah suatu keadaan di mana seseorang merasa kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu/hakikat biologis.

b. Keinginan (*wants*),

Merupakan hasrat atau kehendak yang kuat akan pemuas kebutuhan spesifik.

- c. Permintaan (*demands*),
Merupakan jumlah barang ekonomi yang pembelinya bersedia membeli pada tingkat harga, waktu, dan pasar tertentu.
- d. Produk (*product*),
Merupakan barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses itu.
- e. Nilai (*value*),
Merupakan kekuatan tukar suatu barang atau jasa untuk mendapatkan barang atau jasa lain yang diukur secara kuantitatif dengan jumlah satuan barang atau uang.
- f. Biaya (*cost*),
Merupakan semua pengeluaran uang yang digunakan untuk membayar suatu.
- g. Kepuasan (*satisfaction*),
Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.
- h. Pertukaran (*exchange*),
Merupakan tindakan memperoleh produk yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan.
- i. Pasar (*market*),
Merupakan tempat umum untuk menjual dan membeli barang, juga tempat bertemunya antara penjual dan pembeli barang atau jasa, tidak selalu ada tempat secara fisik.

2. Konsep Pemasaran

Berikut adalah 5 konsep dalam pemasaran yang secara umum digunakan oleh pemasar. Di mana pada masing-masing konsep ini saling bersaing satu sama lain, memiliki fokus utama yang berbeda beda (Kotler, 2006).

a. Konsep Produksi (*production concept*)

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan harganya terjangkau. Karena itu, anda harus berfokus pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.

Konsep ini merupakan salah satu konsep tertua yang dipakai oleh para penjual. Namun konsep produksi ini tidak dapat dikatakan ketinggalan jaman, konsep ini masih tepat dan dapat bermanfaat dalam beberapa situasi.

b. Konsep Produk (*product concept*)

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik. Selalu memberikan produk dengan mutu terbaik.

Berdasarkan konsep ini, maka strategi pemasaran yang diambil adalah lebih fokus pada perbaikan produk yang berkelanjutan. Jika dilakukan dengan benar maka akan menghasilkan produk yang sangat baik. Kualitas dan peningkatan produk adalah bagian yang penting dalam sebagian besar strategi pemasaran.

c. Konsep Penjualan (*selling concept*)

Menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan besar, serta dengan usaha promosi yang besar pula.

Konsep penjualan ini, biasa diterapkan pada produk atau jasa non primer. Produk yang bukan kebutuhan pokok sehingga tidak dicari-cari. Contoh produknya seperti asuransi.

d. Konsep Pemasaran (*marketing concept*)

Konsep pemasaran menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong yang menyatakan bahwa dalam konsep ini pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada pesaing. Berdasarkan konsep ini, fokus dan nilai pelanggan adalah jalan menuju penjualan dan keuntungan.

Pada Konsep ini dapat dijelaskan bahwa aktivitas pemasaran bukan sebagai “kegiatan berburu”, tetapi sebagai “kegiatan berkeburun.” Pekerjaan yang harus dilakukan bukanlah menemukan pelanggan yang tepat bagi produk Anda, tetapi menemukan produk yang tepat bagi pelanggan Anda.

e. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial (*societal marketing concept*)

Konsep ini mempertanyakan apakah konsep pemasaran murni sudah memperhatikan kemungkinan konflik antara keinginan jangka pendek konsumen dan kesejahteraan jangka panjang konsumen. Strategi pemasaran harus dapat memberikan nilai bagi pelanggan dalam cara yang mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

f. Konsep Pemasaran Holistik (*holistic marketing concept*)

Menurut konsep ini, sebuah bisnis dan bagian-bagiannya yang berbeda adalah satu kesatuan tunggal dan memiliki tujuan yang sama, kegiatan yang selaras dan terintegrasi untuk mencapai tujuan itu

Menurut konsep pemasaran holistik, bahkan jika sebuah bisnis dibuat dari berbagai departemen, departemen tersebut harus bersatu untuk memproyeksikan citra bisnis yang positif & bersatu di benak pelanggan. Konsep pemasaran holistik melibatkan kegiatan pemasaran yang saling berhubungan untuk memastikan bahwa pelanggan cenderung membeli produk mereka daripada kompetisi.

E. MENCIPTAKAN NILAI PELANGGAN (CUSTOMER VALUE)

Nilai pelanggan (*customer value*) adalah ikatan emosional yang muncul antara pelanggan dengan produsen berupa manfaat ekonomi, fungsional dan psikologis dari konsekuensi pelanggan menggunakan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan tertentu. Nilai pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu biaya (*cost*) dan manfaat (*benefit*). Biaya mencakup biaya uang, waktu, energi dan psikologi. Manfaat mencakup produk, jasa, pribadi dan *image*.

Nilai pelanggan merupakan penilaian keseluruhan konsumen terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai pelanggan adalah *trade off* antara persepsi pelanggan dengan terhadap kualitas atau manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat harga yang dibayarkan.

Menurut (Kotler dan Keller, 2009), nilai pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Nilai total pelanggan (total

customer value) adalah nilai moneter kumpulan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat.

Nilai pelanggan juga didefinisikan sebagai total nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dikurangi total biaya yang telah dikeluarkan pelanggan. Nilai total pelanggan meliputi nilai fungsional dari produk, pelayanan, emosional, sosial, dan nilai kondisional. Sedangkan biaya total meliputi harga moneter, waktu, upaya belanja, energi dan psikologi.

F. STRATEGI PEMASARAN BANK

1. Strategi Produk

Produk perbankan adalah instrumen/perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah. Jasa bank yang diberikan hendaknya memperhatikan kualitas dan kuantitas bankir, kualitas yang disajikan oleh para bankir termasuk waktu pelayanan, teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah, kemasan atau bentuk jasa yang diberikan, merek bagi setiap jasa yang ditawarkan dan adanya jaminan terhadap jasa yang diberikan.

Di Indonesia, produk yang dibeli bank antara lain :

- a. Simpanan giro
- b. Deposito berjangka
- c. Sertifikat deposito
- d. Tabungan (tabungan nasional, tabungan khusus dan lain-lain)
- e. Wesel, surat tagih, promes dan lain-lain
- f. Setoran ongkos naik haji
- g. Perdagangan valas/mata uang asing
- h. Dan lain-lain

Produk yang dijual oleh bank pun berbagai ragam bentuk atau jenisnya. Bank dapat menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau pasar.

Adapun produk yang dijual bank antara lain :

- a. Kredit perdagangan besar, menengah dan kecil
- b. Kredit jangka pendek, menengah dan panjang
- c. Kredit untuk industri, pertanian, perkapalan dan sektor lainnya
- d. Kredit usaha kecil, kredit profesi dan lain-lain
- e. Kredit sindikasi
- f. L/C dalam dan luar negeri
- g. Perdagangan surat-surat berharga/efek-efek
- h. Dan lain-lain

Di samping itu, bank juga menjual beberapa produk yang bersifat jasa (*service*) atau layanan. Produk yang bersifat jasa atau layanan adalah :

- a. Kiriman uang/transfer dalam dan luar negeri
- b. Inkaso/penagihan piutang/*collection*
- c. *Safe deposito box* (loket penyimpanan barang berharga)
- d. *Automated Teller Machine* (ATM)
- e. Melayani pembayaran-pembayaran Gaji, pensiunan, Honorarium, Pembayaran deviden, pembayaran bonus dan hadiah)
- f. Menerima Setoran-setoran (Pembayaran pajak, listrik, air, telepon, uang kuliah, TV Kabel, dll)
- g. Dan jasa-jasa lainnya.

Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

- a. Penentuan Logo dan *Motto*
Logo merupakan ciri khas suatu bank. sedangkan *motto* merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi dari bank dalam usaha memberikan ciri khas dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun *motto* harus dirancang dengan benar. Harus unik dan mudah diingat oleh nasabah / masyarakat.
- b. Menciptakan Merek
Untuk berbagai jenis jasa bank ada yang perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan.

c. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Pada dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga berbagai pembungkus untuk beberapa jenis jasa lainnya.

d. Keputusan Label

Label merupakan suatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan.

2. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Ketika salah dalam menentukan harga pasar, maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional, pengertian harga berdasarkan bunga terdapat 3 macam yaitu harga beli, harga jual dan biaya yang dibebankan ke nasabahnya. Harga beli adalah bunga yang ditawarkan kepada para nasabah yang memiliki simpanan, sedangkan harga jual merupakan biaya yang dibebankan kepada penerima kredit. Kemudian biaya ditentukan kepada berbagai tujuan yang hendak dicapai.

Tujuan penentuan harga secara umum adalah untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar pangsa pasar (*market share*), untuk mengangkat mutu produk, membandingkan dengan harga dari produk pesaing yang sejenis.

Dalam hal penetapan harga deposito berjangka, pada umumnya bank harus memperhatikan tingkat suku bunga SBI. Suku bunga SBI merupakan *reference* bagi bank untuk menetapkan tingkat suku bunga depositonya. Baik untuk jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, ataupun 12 bulan. Di samping itu, Bank Indonesia juga menetapkan ketentuan yang melarang bank umum untuk memasang harga simpanan depositonya lebih tinggi dari 125 %

x tingkat suku bunga SBI. Sebaliknya jika bank, memasang harga terlalu rendah dibandingkan dengan bank-bank pesaingnya, dikhawatirkan para deposan mengalihkan dananya ke bank-bank pesaing tersebut.

3. Strategi Lokasi dan *Layout*

Strategi kegiatan pemasaran yang ketiga penentuan lokasi. Baik itu berupa kantor cabang bank, baik untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Hal yang sangat penting untuk menentukan titik lokasi kantor. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat vital. Hal ini untuk mendukung nasabah mudah menjangkau setiap lokasi kantor atau bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana yang harus memberikan rasa yang aman kepada seluruh nasabahnya.

Lokasi yang strategis menjadi salah satu penentu jalannya sebuah usaha. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan saat pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah apakah lokasi titik dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat. Titik lokasi tersebut juga harus turut serta mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Dalam bisnis perbankan, salah satu jenis bisnis yang menawarkan jasa, rangkaian yang ada sedikit berbeda. Pada bisnis perbankan tradisional, jaringan pemasaran lebih di titik beratkan pada perbedaan fungsi kontrol terhadap pelaksanaan perdagangan jasa perbankan dan ditentukan berdasarkan pertimbangan struktur organisasi, pembagian wilayah serta kewenangan dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, dalam bisnis perbankan dikenal adanya kantor pusat, cabang utama cabang pembantu, kantor kas dan seterusnya.

Banyak hal yang dapat membuat nasabah nyaman atau bahkan tidak nyaman saat berada dalam bank. Ruangan yang terbatas dengan kapasitas nasabah yang banyak kadang membuat suasana terasa tidak nyaman. Oleh karena itu saat mendesign ruang, perlu memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Bentuk gedung;
- b. Suasana ruangan terkesan luas dan lega;

- c. Ruangan yang sejuk dan nyaman;
- d. Tata letak kursi dan meja yang apik dan teratur;
- e. Hiasan dalam ruangan yang membuat ruangan menjadi hidup;
- f. Sarana hiburan seperti musik sebagai alat untuk mengusir kebosanan.

Penyusunan peralatan ruangan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan ruangan suatu bank adalah :

- a. Produk yang dihasilkan (jumlah jasa yang diberikan)
- b. Banyaknya ruangan yang dibutuhkan
- c. Urutan operasi
- d. Aliran orang dan dokumen
- e. Pendingin ruangan dan sirkulasi udara
- f. Dekorasi ruangan
- g. Fleksibilitas (kemudahan berpindah-pindah)

Apa manfaat dan tujuan, saat kita mengatur tata letak sebuah ruangan, baik itu saat pembuatan *layout* atau pun saat pemilihan dan penggunaan *furniture* di dalam ruangan. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

- a. Menggunakan ruang yang tersedia seefektif mungkin
- b. Meminimumkan jarak angkut dan biaya penanganan bahan
- c. Menciptakan keseimbangan dalam proses produksi
- d. Menyederhanakan proses produksi
- e. Mendorong semangat dan efektivitas kerja karyawan
- f. Menjaga keselamatan kerja dan barang-barang yang sedang diproses
- g. Menghindari berbagai bentuk pemborosan
- h. Manfaat *Layout*

4. Strategi Promosi

Pemasaran jasa adalah bagian dari *system* jasa yang keseluruhan di mana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan konsumennya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan, hal ini mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa. (Lovelock, Christopher, 2011)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan

dalam *marketing mix*, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi, jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat sarana promosi yang digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas serta penjualan pribadi.

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti surat kabar, radio, televisi dan lain sebagainya.

Promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

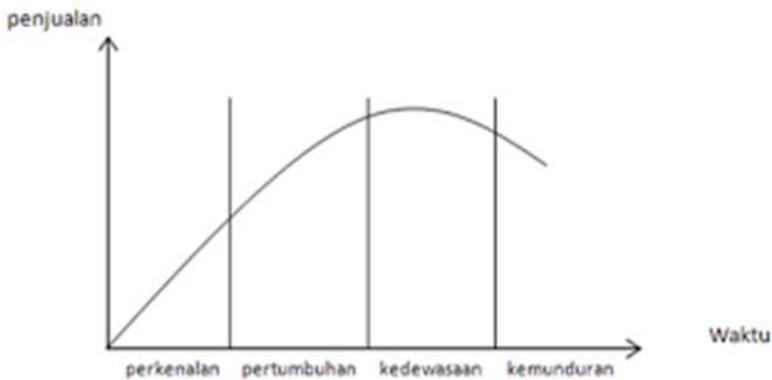
Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Oleh karena itu kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi lebih banyak dilakukan oleh petugas *customer service*. Dalam hal ini *customer service* memegang peranan sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relations*. *Customer service* bank dalam melayani para nasabahnya selalu berusaha menarik calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara.

Dalam pemilihan strategi promosi yang mempergunakan iklan, pihak bank dapat memilih cara dan media yang akan dipergunakan. Apakah promosi yang akan dilakukan menggunakan media cetak, elektronik ataukah keduanya. Bila mana iklan ditayangkan dan berapa lama jangka waktunya. Hal ini harus dijawab dengan baik. Oleh para eksekutif bank agar promosi yang dilakukan Promosi tersebut dipergunakan untuk :

- a. Mempromosikan banknya sebagai suatu *image*, misalnya memperkenalkan berdirinya Bank Mega, dibentuknya bank campuran antara bank swasta nasional dengan bank asing dan sebagainya.
- b. Mempromosikan salah satu produk unggulan dari bank yang bersangkutan

G. SIKLUS PRODUK PERBANKAN



Gambar 8.1 . Siklus Produk

Siklus produk perbankan adalah perjalanan penjualan dari suatu produk dalam masa hidupnya. Siklus hidup produk merupakan suatu konsep penting yang memberikan pemahaman tentang dinamika kompetitif suatu produk.

1. Pertama adalah tahap Pengembangan Produk

Pada tahap ini, produk yang masih berada dalam kandungan. Artinya pada tahap ini masih dimulai masa menemukan dan pengembangan gagasan untuk ide produk baru. Selama tahap ini belum ada penjualan dan yang ada adalah pengeluaran biaya investasi.

2. Kedua adalah Tahap Perkenalan,
Merupakan tahap setelah produk diperkenalkan ke pasar. Dalam tahap ini penjualan masih kecil dan mulai merambat naik. Perusahaan masih belum memperoleh laba dalam tahap ini akibat dari tingginya biaya promosi yang dikeluarkan.
3. Ketiga adalah Tahap Pertumbuhan
Pada tahap ini produk sudah diterima oleh pasar dan penjualan sudah semakin besar dan laba sudah meningkat dengan cepat.
4. Keempat adalah Tahap Kedewasaan
Pada tahap ini penjualan terus meningkat dan akan mencapai puncak, kemudian turun secara perlahan akibat mulai masuknya pesaing. Dalam tahap ini laba relatif stabil dan pada akhirnya juga akan turun akibat penjualan menurun.
5. Terakhir adalah Tahap Penurunan
Pada tahap ini penjualan menurun dengan cepat dan sering dengan menurunnya penjualan maka laba pun semakin menurun dan pada akhirnya produk akan hilang dari pasaran.

H. RANGKUMAN MATERI

Kegiatan pemasaran bank harus dikelola dengan baik dan profesional. Sehingga apa yang menjadi harapan konsumen bisa terpenuhi. Perusahaan perbankan memang harus melakukan pemasaran yang profesional sekaligus harus membuat manajemen pemasaran yang tepat dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Sebagai perusahaan jasa yang menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan, bank juga harus memperhatikan etika dalam hal tersebut.

Bank harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya ataupun calon nasabah. Bank harus bisa memberikan kepuasan yang terbaik bagi nasabahnya, Kepuasan nasabah tersebut merupakan keharusan bagi bank yang bisa dilakukan dengan pengelolaan pemasaran yang tepat dan lebih profesional.

Kegiatan perbankan dalam upaya meningkatkan kualitas, mutu dari sebuah produk dan jasa yang ditawarkan menekankan pada bentuk pengoptimalan kinerja dari bidang manajemen termasuk di dalamnya

pemasaran dan bidang operasional eksternal dalam bentuk promosi dan penjualan. Kedua bidang tersebut merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilan dari suatu kinerja Bank.

Pertimbangan persuasi adalah bagian yang tidak terpisahkan dari siklus daur produk. Hubungan keduanya ditunjukkan pada besarnya produk dan jasa yang ditawarkan hingga produk tersebut dapat digunakan untuk memenuhi tingkat kebutuhan dan keinginan dari para nasabah. Sedangkan persuasi terkait dengan kemajuan suatu produk dalam tingkat penjualan menunjukkan seberapa besar usaha yang dilakukan oleh bankir atau karyawan Bank dalam meyakinkan nasabah terhadap keunggulan kualitas suatu produk dan jasa yang dimiliki hingga pada tahap penawaran dan penjualan. Tidak terlepas dari itu, siklus daur produk juga dipengaruhi oleh berbagai strategi dalam memasarkan produk dan jasa Bank di antaranya strategi promosi, harga, produk, dan lokasi atau pun *layout*.

Pada akhirnya, keberhasilan bank dalam menjalankan operasionalnya tidak hanya dipengaruhi oleh bagaimana etiket yang dijalankan oleh manajemen operasional internal saja, tetapi juga ada peran manajemen yang harus fokus pada pemasaran. Peran penting pemasaran untuk ikut dipertimbangkan dalam menunjang keberhasilan suatu lembaga keuangan (bank). Meskipun bentuk manajemen pemasaran sangat menentukan keberhasilan suatu produk untuk dijual (dipasarkan). Namun hal ini juga, tidak terlepas dari suatu peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh keunggulan produk dan jasa yang ditawarkan. Keunggulan produk, berpeluang langsung di dalam menentukan kesempatan menempati seberapa besar produk tersebut dapat bersaing terhadap produk perbankan lain yang turut terjun pada bidang pemasaran.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan konsep pemasaran perbankan ?
2. Jelaskan strategi pemasaran bank ?
3. Jelaskan siklus produk perbankan ?
4. Apa manfaat pemasaran bank ?
5. Jelaskan strategi promosi produk perbankan ?

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. (2010) *Marketing In Business*. Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kasmir (2004) *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Persada Media.
- Kasmir (2010) *Dasar Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*. Edition 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2006) *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. 12th edn. Edited by Terjemahan: Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher, and J. W. (2011) *Service Marketing.: People, Technology, and Strategy*. New Jersey: prentice hall Upper Saddle River.

BAB
9

MANAJEMEN JASA BANK

Dewa Gede Satriawan, S.E., M.M.,M.H., C.H.C.S., C.T., C.A.
Lembaga Sertifikasi Profesi Pekerja Domestik Terampil Indonesia

A. PENDAHULUAN

Jasa-jasa bank merupakan kegiatan perbankan. Lengkap atau tidaknya jasa bank yang diberikan sangat tergantung dari kemampuan bank tersebut, baik dari segi modal, perlengkapan fasilitas sampai kepada personel yang mengoperasikannya. Semakin lengkap tentunya semakin banyak modal yang dibutuhkan untuk melengkapi peralatan dan personelnnya. Di samping itu, kelengkapan jasa bank ini juga tergantung dari jenis bank apakah bank umum atau Bank Perkreditan Rakyat atau dapat pula dilihat dari segi status bank tersebut apakah bank devisa, atau non devisa. Jika berstatus bank devisa, maka jenis jasa bank yang ditawarkan akan lebih lengkap dibandingkan dengan non devisa. Kemudian kelengkapan jasa bank dapat pula dilihat dari status cabangnya, apakah cabang penuh, cabang pembantu atau kantor kas. Dalam bab ini akan di bahas tentang pengertian jasa bank, akan dijelaskan juga tentang tabungan, deposito dan giro. Pembahasan selanjutnya mengenai jenis – jenis jasa bank seperti transfer, kliring, inkaso, *safe deposit box*, bank *card*, bank notes, *Travellers Cheque*, *Letter of credit (L/C)*, dan bank garansi.

Selanjutnya juga akan di bahas tentang keuntungan yang didapat dari jasa – jasa yang diberikan oleh bank.

B. PENGERTIAN JASA BANK

Jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung, maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga *intermediary*, yaitu lembaga yang memperlancar pembauran transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagai lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya, baik akan memberikan keuntungan secara langsung bagi bank dalam bentuk finansial dan non finansial. Jasa bank yang dilayani oleh bank merupakan juga jasa dalam negeri dan luar negeri, baik diminta maupun tidak diminta oleh nasabah.

Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan, semakin baik, dalam arti jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan, cukup di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.

C. TABUNGAN, DEPOSITO, DAN GIRO

1. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari risiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga. Dengan demikian, jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu sekalipun tidak ditambah. Tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lainnya. Di samping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang di rekening tabungan juga berbeda. Demikian pula, sasaran bank dalam memasarkan produk tabungannya juga berbeda sesuai dengan sasaran yang diinginkan.

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini sesuai pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung. Apabila nasabah menyimpan uang di bank tersebut maka otomatis nasabah menyetujuinya. Kemudian dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung dengan perjanjian yang dibuat oleh bank. Untuk menarik dana yang ada di rekening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penarikan. Dalam praktiknya ada beberapa alat penarikan yang dapat digunakan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Alat-alat yang sering digunakan adalah sebagai berikut : Buku Tabungan, Slip Penarikan, Kuitansi, dan Kartu yang terbuat dari plastik/kartu kredit dan ATM.

2. Deposito

Deposito (Time Deposit) merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat-surat berharga. Pemilik deposito disebut deposan. Kepada setiap deposan akan diberikan imbalan bunga atas depositonya. Bagi bank, bunga yang diberikan kepada para deposan merupakan bunga yang tertinggi, jika dibandingkan dengan simpanan giro atau tabungan, sehingga deposito oleh sebagian bank dianggap sebagai dana mahal. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan juga jarang. Dengan demikian, bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit.

Pengertian Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Penarikan hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu maksudnya adalah jika nasabah deposan menyimpan uangnya untuk jangka waktu 3 bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh

tempo. Sarana atau alat untuk menarik uang yang disimpan di deposito sangat tergantung dari jenis depositonya. Artinya setiap jenis deposito mengandung beberapa perbedaan sehingga diperlukan sarana yang berbeda pula. Sebagai contoh untuk deposito berjangka, penarikannya menggunakan bilyet deposito, sedangkan untuk sertifikat deposito menggunakan sertifikat deposito. Dalam praktiknya deposito yang ditawarkan terdiri dari beragam jenis, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Masing-masing jenis deposito memiliki keunggulan tersendiri, sehingga deposan dapat memilih sesuai dengan selera mereka. Saat ini jenis-jenis deposito yang ditawarkan oleh bank dan ada di masyarakat adalah deposito berjangka, sertifikat deposito, dan deposit *on call*.

3. Giro

Dalam dunia perdagangan kata giro sudah bukan merupakan kata yang asing lagi. Setiap akan melakukan transaksi pembayaran sering dikaitkan dengan giro, baik pembayaran yang bersifat tunai maupun non tunai. Hal ini dilakukan karena pembayaran dengan menggunakan giro sangat memberikan berbagai keuntungan, terutama dari segi keamanan untuk jumlah pembayaran yang relatif besar. Pada saat kita hendak melakukan pembayaran jika kita memiliki giro, maka kita tidak perlu menyediakan sejumlah uang tunai, akan tetapi cukup menulis di lembar cek atau bilyet giro sejumlah uang yang akan dibayar. Keuntungan lainnya adalah uang yang disimpan di rekening giro akan memperoleh jasa giro (bunga) yang besarnya tergantung bank yang bersangkutan. Di samping memperoleh beberapa keuntungan, giro juga memiliki kelemahan. Terkadang ada pihak-pihak tertentu yang menolak pembayaran dengan cek atau bilyet giro. Pengertian simpanan giro atau yang lebih populer disebut rekening giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. Pengertian dapat ditarik setiap saat juga dapat diartikan bahwa uang yang sudah disimpan di rekening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang tersedia masih mencukupi (saldo). Kemudian pengertian penarikan adalah diambilnya uang tersebut dari rekening giro

sehingga menyebabkan giro tersebut berkurang jumlahnya, baik ditarik secara tunai maupun ditarik secara non tunai (pemindahbukuan).

Penarikan uang di rekening giro dapat menggunakan sarana penarikan, yaitu cek dan bilyet giro (BG). Apabila penarikan dilakukan secara tunai, maka sarana penarikannya adalah dengan menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan non tunai adalah dengan menggunakan bilyet giro. Di samping itu, jika kedua sarana penarikan tersebut habis atau hilang, maka nasabah dapat menggunakan sarana penarikan lainnya seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang ditandatangani di atas meterai. Pemilik rekening giro disebut *girant* dan kepada setiap *girant* akan diberikan imbalan bunga berupa jasa giro yang besarnya tergantung bank yang mengeluarkannya. Bagi bank giro merupakan dana murah karena imbalan bunga yang diberikan kepada *girant* merupakan bunga yang paling rendah jika dibandingkan dengan suku bunga simpanan lainnya seperti tabungan dan deposito.

D. PINJAMAN ATAU KREDIT

1. Pengertian Kredit

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan. Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan pengertian kredit yang mencakup beberapa hal sebagai berikut : adanya suatu penyerahan uang atau tagihan atau dapat juga barang yang menimbulkan tagihan tersebut kepada pihak lain, dengan harapan memberi pinjaman ini bank akan memperoleh suatu tambahan nilai dari pokok pinjaman tersebut yang berupa bunga sebagai pendapatan bagi bank yang bersangkutan, dari proses kredit itu telah didasarkan pada suatu perjanjian yang saling mempercayai kedua belah pihak akan mematuhi kewajibannya masing-masing, dan dalam pemberian kredit ini terkandung kesepakatan pelunasan utang dan bunga akan diselesaikan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati bersama.

2. Unsur – Unsur Kredit

Kredit diberikan atas dasar kepercayaan. Artinya prestasi yang diberikan diyakini dapat dikembalikan oleh penerima kredit sesuai dengan waktu dan syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal di atas, unsur – unsur dalam kredit tersebut adalah sebagai berikut : Terdapat dua pihak, yaitu pemberi kredit (kreditor) dan penerima kredit (debitur). Hubungan pemberi kredit dan penerima kredit merupakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan. Terdapat kepercayaan pemberi kredit kepada penerima kredit yang didasarkan atas *credit rating* penerima kredit. Terdapat persetujuan, berupa kesepakatan pihak bank dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari penerima kredit kepada pemberi kredit. Janji membayar tersebut dapat berupa janji lisan tertulis (akad kredit), atau berupa *instrument (credit instrument)*. Terdapat penyerahan barang, jasa, atau ruang dari pemberi kredit kepada penerima kredit. Terdapat unsur waktu (*time element*). Unsur waktu merupakan unsur esensial kredit. Kredit ada karena unsur waktu, baik dilihat dari pemberi kredit maupun penerima kredit. Misalnya, penabung memberikan kredit sekarang untuk konsumsi lebih besar di masa yang akan datang. Produsen memerlukan kredit karena adanya jarak waktu antara produksi dan konsumsi.

Terdapat unsur risiko (*degree of risk*) baik di pihak pemberi kredit maupun di pihak penerima kredit. Risiko di pihak pemberi kredit adalah risiko gagal bayar (*risk of default*), baik karena kegagalan usaha (pinjaman komersial) atau ketidakmampuan bayar (pinjaman konsumen) atau karena ketidaksediaan membayar. Risiko di pihak debitur adalah adanya kecurangan dari pihak kreditor, yaitu pemberian kredit yang semula dimaksudkan oleh pemberi kredit untuk merebut perusahaan yang diberi kredit atau tanah yang dijaminkan. Terdapat unsur bunga sebagai kompensasi (prestasi) kepada pemberi kredit. Bagi pemberi kredit bunga tersebut terdiri dari berbagai komponen seperti biaya modal (*cost of capital*), biaya umum (*overhead cos*), *risk premium*, dan sebagainya. Jika *credit rating* penerima kredit tinggi, *risk premium* dapat dikurangi dengan *safety discount*.

3. Tujuan Kredit

Pada dasarnya terdapat dua tujuan yang saling berkaitan dengan kredit, yaitu sebagai berikut : *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil kredit berupa keuntungan yang diraih dari bunga yang harus dibayar oleh debitur. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan kredit kepada usaha yang diyakini mampu dan mau mengembalikan kredit yang telah diterimanya. Dalam faktor kemampuan dan kemauan ini tersimpul unsur keamanan (*safety*) dan sekaligus juga unsur keuntungan (*profitability*) suatu kredit sehingga kedua unsur tersebut saling berkaitan. Dengan demikian, keuntungan merupakan tujuan dari pemberi kredit yang terjelma dalam bentuk bunga yang diterima. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Keamanan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk uang, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.

E. TRANSFER, KLIRING, DAN INKASO

1. Kirim Uang (Transfer)

Transfer merupakan jasa pengiriman uang lewat bank baik dalam kota, luar kota atau keluar negeri. Lama pengiriman tergantung dari sarana yang digunakan untuk mengirim. Kemudian besarnya biaya kirim juga sangat tergantung sarana yang digunakan. Kecepatan pengiriman juga tergantung sarana yang digunakan, misalnya pengiriman lewat telepon jauh lebih cepat dibandingkan lewat telex.

Sarana yang digunakan dalam jasa transfer ini tergantung kemauan nasabah. Sarana yang dipilih akan memengaruhi kecepatan pengiriman dan besar kecilnya biaya pengiriman. Sarana-sarana yang biasa digunakan adalah: surat, telex, telepon, faksimile, online komputer, *Smartphone*, dan sarana lainnya. Pengiriman uang atau transfer lewat bank akan memberikan beberapa keuntungan bagi nasabah, jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya. Keuntungannya yang diperoleh oleh masing-masing pihak antara lain:

- a. Bagi nasabah akan mendapat pengiriman uang lebih cepat, aman sampai tujuan, pengiriman dapat dilakukan lewat telepon melalui pembebanan rekening, dan prosedur mudah dan murah.
- b. Bagi bank akan memperoleh biaya kirim, biaya provisi dan komisi, pelayanan kepada nasabah

2. Kliring (*Clearing*)

Kliring merupakan jasa penyelesaian utang piutang antar bank dengan cara saling menyerahkan warkat-warkat yang akan di kliringkan di lembaga kliring (Penagihan warkat seperti cek atau BG yang berasal dari dalam kota). Lembaga kliring ini dibentuk dan di koordinasi oleh Bank Indonesia setiap hari kerja. Peserta kliring adalah bank yang sudah memperoleh izin dari Bank Indonesia. Tujuan dilaksanakan kliring oleh Bank Indonesia antara lain: untuk memajukan dan memperlancar lalu lintas pembayaran giral dan agar perhitungan penyelesaian utang piutang dapat dilaksanakan lebih mudah, aman, dan efisien. Warkat-warkat yang dapat di kliringkan atau diselesaikan di lembaga kliring adalah warkat-warkat yang berasal dari dalam kota seperti: Cek, Bilyet Giro (BG), Wesel Bank, Surat Bukti Penerimaan Transfer dari luar kota dan Lalu Lintas Giral (LLG) atau nota kredit. Proses penyelesaian warkat-warkat kliring di lembaga kliring terdiri dari:

- a. kliring keluar, yaitu membawa warkat-warkat kliring ke lembaga kliring dan menyerahkan kepada yang berhak. Kliring keluar terdiri dari penyerahan surat-surat debit keluar dan penyerahan Nota Kredit keluar (LLG);
- b. kliring masuk, menerima warkat di lembaga kliring dan diproses di bank yang bersangkutan. Kliring masuk terdiri dari penerimaan surat-surat debit masuk dan Nota Kredit masuk (LLG);
- c. pengembalian kliring (*clearing retour*), yaitu pengembalian warkat-warkat kliring yang tidak memenuhi syarat yang telah ditentukan.

Bagi bank yang menang kliring menunjukkan prestasi bank tersebut dalam membina nasabahnya demikian pula sebaliknya. Bagi bank yang kalah kliring akan menutup sejumlah kekalahan kliring pada hari yang bersangkutan dan apabila tidak dapat ditutupi, maka bank yang kalah

kliring tersebut dapat memperoleh pinjaman *call money* yang waktunya relatif singkat. *Call money* diberikan kepada bank yang kalah kliring dan tidak dapat menutupinya. Pinjaman *call money* dibayar pada saat bank yang memberikan *call money* menagihkannya. Apabila pada saat jangka waktu yang telah ditentukan bank yang bersangkutan belum dapat membayar, maka pinjaman *call money* tersebut menjadi pinjaman biasa dan hal ini akan menyebabkan hilangnya kepercayaan bank yang memberikan fasilitas pinjaman *call money* tersebut termasuk bank lainnya.

3. Inkaso (*Collection*)

Inkaso merupakan jasa bank untuk menagihkan warkat-warkat yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Sebagai contoh apabila kita memperoleh selebar cek yang diterbitkan oleh bank di kota Surabaya, maka cek tersebut dapat dicairkan di Jakarta melalui jasa inkaso. Dalam hal ini bank yang di Jakartalah yang menagihkannya ke bank di Surabaya dan proses penagihan ini kita sebut inkaso dalam negeri. Begitu pula jika cek atau bilyet giro yang kita peroleh dan diterbitkan oleh bank di luar negeri, kemudian kita uangkan di Indonesia, maka proses penagihannya melalui inkaso luar negeri. Adapun warkat-warkat yang dapat di inkasakan atau ditagihkan adalah warkat-warkat yang berasal dari luar kota atau luar negeri seperti: cek, bilyet giro, wesel, kuitansi, surat aksept, deviden, kupon, *money order*, dan surat berharga lainnya

Lama penagihan warkat dan besarnya biaya tagih yang dibebankan kepada nasabah tergantung bank yang bersangkutan. Biasanya lama penagihan berkisar antara 1 Minggu sampai 4 Minggu. Proses penyelesaian inkaso yang dilakukan oleh bank dibagi ke dalam dua bagian yaitu: inkaso berdokumen, di mana surat-surat yang di inkasakan disertai oleh dokumen yang mewakili surat atau barang tersebut dan inkaso tidak berdokumen, surat yang di inkasakan tidak diwakili dokumen yang mewakili surat atau barang tersebut. Penyelesaian Inkaso keluar negeri merupakan penagihan warkat keluar negeri dan merupakan proses inkaso keluar, sedangkan penerimaan warkat dari luar negeri merupakan inkaso masuk dari luar negeri. Jika tidak mempunyai cabang di luar negeri maka inkaso keluar dapat dilakukan melalui "bank koresponden." Persyaratan

untuk inkaso keluar negeri bank yang bersangkutan haruslah berstatus bank devisa.

F. SAFE DEPOSIT BOX, BANK CARD, DAN BANK NOTES

1. Safe Deposit Box

Safe Deposit Box (SDB) merupakan jasa-jasa bank yang diberikan kepada para nasabahnya. Jasa ini dikenal juga dengan nama *safe* loket. SDB berbentuk kotak dengan ukuran tertentu dan disewakan kepada nasabah yang berkepentingan untuk menyimpan dokumen-dokumen atau benda-benda berharga miliknya. Pembukaan SDB dilakukan dengan dua buah anak kunci, di mana satu dipegang bank dan satu gigi dipegang oleh nasabah. Kegunaan dari SDB adalah untuk menyimpan surat-surat berharga dan surat-surat penting seperti: sertifikat deposito, sertifikat tanah, saham, obligasi, surat perjanjian, akta kelahiran, surat nikah, ijazah, paspor, dan surat atau dokumen lainnya.

Di samping itu, SDB dapat pula digunakan untuk menyimpan benda-benda berharga seperti: Emas, mutiara, berlian, intan, permata dan benda yang dianggap berharga lainnya. Sedangkan larangan menyimpan barang-barang di SDB adalah seperti: narkotik dan sejenisnya, bahan yang mudah meledak, dan larangan lainnya. Keuntungan bagi bank dengan membuka jasa SDB kepada masyarakat adalah sebagai berikut: biaya sewa, uang setoran jaminan yang mengendap, pelayanan nasabah. Kemudian keuntungan bagi nasabah pemegang SDB adalah:

- a. menjamin kerahasiaan barang-barang yang disimpan, karena pihak bank tidak perlu tahu isi SDB selama tidak melanggar aturan yang telah ditentukan sebelumnya
- b. keamanan dokumen juga terjamin, hal ini disebabkan:
 - peralatan keamanan canggih
 - SDB terbuat dari baja tahan api terdapat dua buah anak kunci di mana SDB hanya dapat dibuka dengan kedua kunci tersebut yang masing-masing dipegang oleh bank dan nasabah.
 - tidak dapat dibuka oleh salah satu pihak, apakah nasabah pemegang SDB maupun bank.

Di samping memperoleh keuntungan seperti di atas, nasabah juga dikenakan berbagai macam biaya. Adapun biaya yang dikenakan kepada nasabah yang menyewa SDB ada dua macam yaitu: biaya sewa yang besarnya tergantung ukuran *box* yang diinginkan serta jangka waktu sewa. Biaya sewa dibayar biasanya per tahun dan setoran jaminan, merupakan biaya pengganti, apabila kunci yang dipegang oleh nasabah hilang dan *box* harus dibongkar. Akan tetapi, jika tidak terjadi masalah, maka apabila SDB tidak diperpanjang setoran jaminan dapat diambil kembali. Biasanya untuk menyewa SDB pihak perbankan lebih mengutamakan kepada para nasabahnya yang sudah lama. Nasabah lama dan aktif berhubungan dengan bank tersebut serta selalu mempunyai etiket baik sering kali disebut nasabah primer. Akan tetapi, perbankan juga menyediakan fasilitas SDB buat nasabah sekunder. Untuk menjadi pemegang SDB tidaklah terlalu rumit, bahkan sangat sederhana. Sebagai contoh nasabah cukup menyerahkan foto kopi KTP/SIM/Paspor serta pas *photo*. Begitu pula saat membuka atau menyimpan barangnya nasabah cukup melaporkan dan menunjukkan kartu identitas SDBnya. Jika anak kunci yang dipegang nasabah hilang, maka nasabah cukup melaporkannya ke bank dengan membawa surat keterangan dari kepolisian. Kemudian bank akan membongkar *box* dengan disaksikan oleh pejabat yang berwenang. Untuk memperpanjang kembali nasabah dikenakan setoran jaminan kunci yang baru.

2. Bank Card

Bank *card* merupakan "kartu plastik" yang dikeluarkan oleh bank yang diberikan kepada nasabahnya untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di tempat-tempat tertentu seperti supermarket, pasar swalayan, hotel, restoran, tempat hiburan, dan tempat lainnya. Di samping itu, dengan kartu ini juga dapat diuangkan (mengambil uang tunai) di berbagai tempat seperti di ATM (*Automated Teller Machine*). ATM biasanya tersebar di berbagai tempat yang strategis seperti di pusat perbelanjaan, hiburan, dan perkantoran. Sistem kerja bank *card* mulai dari permohonan sampai dengan melakukan transaksi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Cara kerja kartu ini dimulai dari nasabah mengajukan permohonan sebagai pemegang kartu dengan memenuhi segala peraturan yang ada.
- b. Bank akan menerbitkan kartu apabila “disetujui” dan diserahkan ke nasabah.
- c. Dengan kartu ini pemegang kartu berbelanja di suatu tempat dengan bukti pembayarannya.
- d. Pihak pedagang akan menagihkan ke bank dan bank akan bayar sesuai perjanjian.
- e. Bank akan menagihkan ke pemegang kartu berdasarkan bukti pembelian dengan disertai suku bunga.
- f. Pemegang kartu akan membayar sejumlah nominal yang tertera sampai batas waktu yang telah ditentukan.

3. Bank Notes

Merupakan uang kartal asing yang dikeluarkan dan diterbitkan oleh bank di luar negeri. Bank notes dikenal juga dengan istilah "devisa tunai" yang mempunyai sifat-sifat seperti uang tunai. Tidak semua bank notes dapat diperjualbelikan, hal ini tergantung daripada peraturan devisa di negara yang asal bank notes. Sedangkan yang dimaksud dengan jual beli bank notes merupakan transaksi antara valuta yang dapat diterima pembayarannya dan dapat diperjualbelikan dan diperdagangkan kembali sesuai dengan nilai tukar yang terjadi pada saat itu. Dalam transaksi jual beli bank notes, bank mengelompokkan bank notes ke dalam dua klasifikasi. Yaitu bank notes yang lemah dan bank notes yang kuat dan bank biasanya lebih menyukai bank notes yang nilainya kuat. Pengelompokan bank notes yang kuat berdasarkan kategori sebagai berikut: bank notes tersebut mudah diperjualbelikan, nilai tukar terkendali atau stabil, frekuensi penjualan sering terjadi, dan pertimbangan lainnya. Sedangkan kelompok bank notes yang lemah kebalikan dari bank notes yang kuat, dalam pengelompokan ini tergantung dari bank yang bersangkutan. Dalam praktiknya bank tidak selalu menerima penjualan dan pembelian bank notes. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan yaitu: kondisi bank notes cacat atau rusak, tergolong dalam valuta lemah, tidak memiliki persediaan, dan diragukan keabsahannya.

Untuk bank notes yang lemah dan sulit diperdagangkan, maka bank menjualnya kembali ke Bank Indonesia atau kantor pusat bank yang bersangkutan. Penjualan bank notes juga dilakukan antar bank dan juga diperjualbelikan di travel, *authorized money changer* (pedagang valuta asing) dan tempat lainnya. Dalam transaksi jual beli bank notes bank menggunakan kurs. Kurs ini setiap hari diperoleh dari kurs konversi yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, di mana isinya perbandingan antara nilai tukar mata uang rupiah dengan valuta asing. Kurs yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia oleh perbankan dijadikan patokan harga mata uang asing tersebut. Kurs ini dipergunakan untuk transaksi jual dan beli ditambah dengan keuntungan yang diharapkan oleh bank tersebut. Berikut ini beberapa pengertian: Valuta artinya mata uang, Kurs nilai artinya valuta, Konversi artinya penyesuaian dan Kurs konversi artinya penyesuaian nilai valuta asing terhadap rupiah. Dalam transaksi jual beli bank notes ada dua macam kurs yaitu kurs beli (*buying rate*) dan kurs jual (*selling rate*). Penggunaan kurs beli dan kurs jual dalam transaksi bank notes adalah sebagai berikut: kurs jual pada saat bank menjual, artinya dalam hal ini nasabah membeli dan kurs beli pada saat bank membeli artinya dalam hal ini nasabah menjual.

G. TRAVELLERS CHEQUE, LETTER OF CREDIT, DAN BANK GARANSI

1. Travellers Cheque

Travellers Cheque dikenal dengan nama cek wisata atau cek perjalanan yang biasanya digunakan oleh mereka yang hendak bepergian atau sering dibawa oleh turis. *Travellers cheque* diterbitkan dalam pecahan-pecahan tertentu seperti halnya uang kartal dan diterbitkan dalam mata uang rupiah dan mata uang asing. Penggunaan *travellers cheque* dapat dibelanjakan di berbagai tempat terutama di mana bank yang mengeluarkan *travellers cheque* tersebut melakukan pengikatan dan perjanjian. Di samping itu, *travellers cheque* juga dapat diuangkan di berbagai bank.

Travellers cheque yang diterbitkan dalam mata uang asing dalam setiap transaksinya baik transaksi penjualan maupun transaksi pencairan menggunakan kurs. Kurs yang digunakan baik dalam pembelian maupun penjualan *travellers cheque* valas adalah kurs devisa umum. Keuntungan

serta manfaat penggunaan *travellers cheque* terutama bagi mereka yang suka berpergian atau berwisata antara lain sebagai berikut: memberikan kemudahan berbelanja, karena *travellers cheque* dapat dibelanjakan atau diuangkan di berbagai tempat, mengurangi risiko kehilangan uang karena setiap *travellers cheque* yang hilang dapat diganti, memberikan rasa percaya diri, karena si pemakai *travellers cheque* dilayani secara prima, dapat dijadikan cendera mata ataupun hadiah buat teman, kolega atau nasabah, biasanya untuk pembelian *travellers cheque*, tidak dikenakan biaya, begitu pula pada saat pencairannya, namun hal ini sangat tergantung kepada bank yang menerbitkannya.

Jenis-jenis *travellers cheque* yang beredar dapat dilihat dari segi mata uang antara lain: *travellers cheque* mata uang rupiah, *travellers cheque* dalam valuta asing yang diterbitkan oleh bank yang berstatus bank devisa. Antara *travellers cheque* dengan cek biasa (*personal cheque*) terdapat beberapa perbedaan. *Travellers cheque* merupakan cek wisata sedangkan *personal cheque* merupakan cek yang diperoleh seseorang dengan membuka rekening giro di suatu bank. Meskipun dalam banyak hal terdapat perbedaan, namun berfungsi sama yaitu sebagai alat pembayaran.

Perbedaan antara *personal cheque* dengan *travellers cheque* adalah sebagai berikut.

Personal Cheque	Travellers Cheque
<ol style="list-style-type: none"> 1. Umurnya mak 70 hari 2. Hanya dapat diuangkan pada bank di mana dibuka rekening 3. Besarnya nilai cek ditulis pada saat penerbitan cek 4. Dikenakan bea materai 5. Tanda tangan dibubuhkan pada saat cek diterbitkan 6. Dapat ditandatangani lebih dari dua orang 7. Cek biasa pada hakikatnya adalah pencairan dana di bank 8. Cek biasa jika hilang, maka tidak dapat digantikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Umurnya tidak dibatasi tergantung dari bank yang menerbitkannya 2. Dapat dibelanjakan dan diuangkan di berbagai tempat yang punya hubungan dengan bank yang mengeluarkannya 3. Besarnya nilai <i>travellers cheque</i> dalam bentuk pecahan tertentu 4. Tidak dikenakan materai 5. Tanda tangan dibubuhkan dua kali, yaitu pada saat pembelian dan pencairan 6. Hanya ditandatangani oleh satu orang (yang berhak) 7. <i>Travellers Cheque</i> pada hakikatnya bukan berasal dari simpanan di bank 8. <i>Travellers Cheque</i> jika hilang dapat diganti sesuai nominal yang hilang tersebut

2. *Letter of Credit (L/C)*

Letter of credit (L/C) merupakan salah satu jasa bank yang diberikan kepada masyarakat untuk memperlancar arus barang (ekspor-impor) termasuk barang dalam negeri (antar pulau). Kegunaan *letter of credit* adalah untuk menampung dan menyelesaikan kesulitan-kesulitan dari pihak pembeli (importir) maupun penjual (eksportir) dalam transaksi dagangannya. Pengertian secara umum L/C merupakan suatu pernyataan dari bank atas permintaan nasabah (biasanya importir) untuk menyediakan dan membayar sejumlah uang tertentu untuk kepentingan pihak ketiga (penerima L/C atau eksportir). L/C sering disebut dengan kredit berdokumen atau *documentary credit*.

Pembukaan L/C oleh importir dilakukan nasabah melalui bank yang disebut *opening bank* atau *issuing bank* sedangkan bank eksportir merupakan bank pembayar terhadap barang yang diperdagangkan. Dalam hal ini eksportir berhubungan dengan bank pembayar atau disebut *advising bank*. Penyelesaian transaksi antara eksportir dengan importir sangat tergantung dari jenis L/C nya. Adapun jenis-jenis L/C antara lain sebagai berikut.

a. *Revocable L/C*.

Merupakan L/C yang setiap saat dapat dibatalkan atau diubah secara sepihak oleh bank pembuka (*opening bank*) tanpa pemberitahuan terlebih dulu kepada *benefeciary*.

b. *Irrevocable L/C*.

Kebalikan dari *recovable* yaitu L/C yang tidak dapat dibatalkan atau diubah tanpa persetujuan dari semua pihak yang terlibat.

c. *Sight L/C*.

Merupakan L/C yang syarat pembayarannya langsung pada saat dokumen diajukan oleh eksportir kepada *advise bank*.

d. *Usance L/C*.

Sedangkan *usance L/C* merupakan L/C yang pembayarannya baru dilakukan dengan tenggang waktu tertentu, misalnya satu bulan dari pengapalan barang atau satu bulan setelah penunjukan dokumen.

- e. *Restricted L/C*.
Merupakan L/C yang pembayarannya atau penerusan L/C hanya dibatasi kepada bank-bank tertentu saja yang namanya tercantum dalam L/C.
- f. *Unrestricted L/C*.
L/C yang membebaskan negosiasi dokumen di bank manapun.
- g. *Red clause L/C*.
Merupakan L/C di mana bank pembuka L/C memberi kuasa kepada bank pembayar untuk membayar uang muka kepada *beneficiary* sebagian tertentu atau seluruh nilai L/C sebelum *beneficiary* menyerahkan dokumen.
- h. *Transferable L/C*.
Merupakan L/C yang memberikan kepada *beneficiary* untuk memindahkan sebagian atau seluruh nilai L/C kepada satu, atau beberapa pihak lainnya.
- i. *Revolving L/C*.
L/C yang penggunaannya dapat dilakukan secara berulang-ulang.

Di samping jenis-jenis L/C, maka faktor-faktor lain yang mempunyai andil besar dalam proses penyelesaian L/C adalah dokumen-dokumen yang dibutuhkan. Dokumen-dokumen L/C yang dibutuhkan meliputi:

- a. Bill of *lading* (B/L) atau konosemen. B/L mempunyai fungsi sebagai:
 - bukti tanda pengiriman
 - bukti kontrak pengangkutan dan penyerahan barang
 - bukti pemilikan atau dokumen pemilikan barang
- b. *Draft* (wesel).
- c. Merupakan perintah yang tidak bersyarat dalam bentuk tertulis yang ditujukan oleh seseorang yang menariknya dan mengharuskan orang yang dialamatkan atau si tertarik untuk membayar pada saat diminta atau pada waktu yang telah ditentukan untuk membayar sejumlah uang kepada orang yang ditunjuk atau kepada si pemegang wesel. Wesel dapat dipindah tangankan atau diperjualbelikan kepada pihak lain.

d. Faktur (*invoice*).

Merupakan daftar perincian harga dari barang-barang yang dikeluarkan oleh penjual atas suatu transaksi sebagai tanda bukti transaksi dan dapat juga dijadikan sebagai alat tagihan.

c. Asuransi

Merupakan perusahaan yang akan menanggung dan mengganti terhadap kerugian yang akan dialami para eksportir apabila terjadi kehilangan atau kerusakan barangnya.

d. Daftar pengepakan (*packing list*).

Merupakan daftar uraian barang-barang yang dimasukkan dalam peti (*container*)

e. *Certificate of origin*.

Merupakan surat keterangan asal barang yang diekspor.

f. *Certificate of inspection*.

Merupakan surat keterangan pemeriksaan tentang keadaan barang yang dibuat oleh *independent surveyor*.

3. Bank Garansi

Bank Garansi yaitu jaminan pembayaran yang diberikan oleh bank kepada suatu pihak, baik perorangan, perusahaan atau badan/lembaga lainnya dalam bentuk surat jaminan. Pemberian jaminan dengan maksud bank menjamin akan memenuhi (membayar) kewajiban-kewajiban dari pihak yang dijamin kepada pihak yang menerima jaminan, apabila yang dijamin kemudian hari ternyata tidak memenuhi kewajiban kepada pihak lain sesuai dengan yang diperjanjikan atau cedera janji. Di dalam pemberian fasilitas bank garansi ada tiga pihak terlibat. yaitu: pihak penjamin (bank), pihak terjamin (nasabah), dan pihak penerima jaminan (pihak ketiga). Tujuan pemberian bank garansi oleh pihak bank kepada si penerima jaminan atau yang dijamin adalah sebagai berikut : Memberikan bantuan fasilitas dan kemudahan dalam memperlancar transaksi nasabah, Bagi pemegang jaminan bank garansi adalah untuk memberikan keyakinan bahwa pemegang jaminan tidak akan menderita kerugian bila pihak yang dijamin melalaikan kewajibannya, karena pemegang akan mendapat ganti rugi dari pihak perbankan.

Menumbuhkan rasa saling percaya antara pemberi jaminan, yang dijamin dan yang menerima jaminan. Memberikan rasa aman dan ketenteraman dalam berusaha baik, bagi bank maupun bagi pihak lainnya, Bagi bank di samping keuntungan yang di atas juga akan memperoleh keuntungan dari biaya-biaya yang harus dibayar nasabah serta jaminan lawan yang diberikan. Di samping memiliki tujuan bank garansi juga memiliki sifat-sifat tertentu. Adapun sifat bank garansi adalah hanya berlaku untuk satu kali transaksi yaitu sampai dengan tanggal berakhirnya jangka waktu yang ditetapkan sesuai dengan klausa yang tercantum dalam surat bank garansi yang bersangkutan. Bank garansi tidak dapat diperpanjang, tetapi dapat diajukan permohonan oleh nasabah untuk diperbaharui atas persetujuan tertulis dari pemegang surat bank garansi. Kemudian bank garansi terdiri dari berbagai jenis. Jenis ini dapat dilihat dari tujuannya sebagai berikut :

- a. Bank garansi untuk penanggungan bea masuk.
Merupakan bank garansi yang diberikan kepada kantor bea cukai untuk kepentingan pemilik barang guna penanggungan pembayaran bea masuk atau barang yang dikeluarkan oleh pelabuhan.
- b. Bank garansi untuk pita cukai tembakau.
Yaitu bea cukai yang diberikan kepada kantor bea cukai untuk kepentingan yang dijamin (pengusaha pabrik rokok) guna penanggungan pembayaran pita cukai tembakau atas rokok-rokok yang akan dikeluarkan dari pabrik untuk peredaran. Bank garansi untuk tender dalam negeri yaitu bank garansi yang diberikan kepada *bouwheer* (yang memberi pekerjaan) untuk kepentingan kontraktor atau *leveransir* yang akan mengikuti tender dalam negeri.
- c. Bank garansi untuk pelaksanaan pekerjaan.
Bank garansi yang diberikan kepada *bouwheer* untuk kepentingan kontraktor guna menjamin pelaksanaan pekerjaan yang diterima dari *bouwheer*
- d. Bank garansi untuk uang muka pekerjaan.
Bank garansi yang diberikan kepada *bouwheer* untuk kepentingan kontraktor untuk menerima pembayaran uang muka dari yang memberikan pekerjaan.

- e. Bank garansi untuk tender luar negeri.
Bank garansi yang diberikan untuk kepentingan kontraktor yang akan mengikuti tender pemborong yang mana *bouwheer* adalah pihak luar negeri. Bank garansi untuk menjamin kontraktor atau eksportir Indonesia yang turut tender atau melaksanakan kontrak.
- f. Bank garansi untuk perdagangan.
Bank garansi yang diberikan kepada agen atau *dealer* perdagangan atau depot-depot perdagangan.
- g. Bank garansi untuk penyerahan barang
Bank garansi yang diberikan kepada nasabah yang akan melakukan penyerahan barang, baik yang dibiayai oleh bank ataupun tidak. Bank garansi untuk mendapatkan keterangan pemasukan barang, bank garansi yang diberikan untuk pengeluaran barang yang L/C nya belum dibayar penuh oleh importir

Permohonan bank garansi juga harus disertai jaminan lawan yang sepadan. Jaminan lawan yang akan diberikan oleh nasabah kepada bank sebagai jaminan terhadap risiko yang mungkin timbul di kemudian hari. Dalam menentukan besarnya jaminan pihak bank selalu berpedoman pada ketentuan bank sentral dan kelaziman yang berlaku di dunia perbankan. Oleh karena bank garansi mengandung suatu tingkat risiko, maka pertimbangan tentang risiko ini perlu diperhatikan dan jaminan lawan dituntut untuk menyediakan jaminan lawan atau disebut *counter guarante*. Adapun bentuk jaminan lawan yang diberikan antara lain dapat berupa: uang tunai, giro yang dibekukan, sertifikat deposito, surat-surat berharga, seperti saham dan obligasi, sertifikat tanah, dan jaminan lawan lainnya

Setelah semua persyaratan dipenuhi maka bank akan menerbitkan surat garansi bank yang kemudian akan diberikan kepada nasabah pemohon (terjamin). Selanjutnya terjamin menandatangani surat perjanjian garansi bank serta membayar lunas biaya-biaya yang telah ditetapkan. Surat garansi yang diterbitkan oleh bank hendaknya memuat hal-hal minimal sebagai berikut : judul garansi bank atas bank garansi, nama dan alamat bank pemberi bank garansi, nama dan alamat terjamin, nama dan alamat penerima jaminan, macam transaksi antara terjamin dan penerima jaminan, tanggal penerbitan surat bank garansi, jumlah uang

yang dijaminan oleh bank, batas waktu untuk mengajukan *claim* kepada bank, pernyataan bahwa penjamin (bank) akan memenuhi pembayaran hingga suatu jumlah tertentu dengan terlebih dulu menyita dan menjual lebih dulu benda-benda milik terjamin yang dijadikan jaminan lawan, jangka waktu pembayaran oleh bank kepada penerima jaminan terhitung saat bank menerima tuntutan, dan tanda tangan pihak bank pemberi garansi.

H. JASA – JASA LAINNYA

1. Jasa di Pasar Modal

Di dalam pasar modal pihak perbankan mempunyai peranan yang sangat besar dalam rangka memajukan perkembangan pasar modal. Perbankan mendukung setiap kegiatan yang ada demi kelancaran transaksi pasar modal di bursa efek. Jasa-jasa bank yang diberikan dalam rangka mendukung kelancaran transaksi di pasar modal antara lain:

- a. penjamin emisi (*underwriter*)
- b. penjamin (*guarantor*)
- c. wali amanat (*trustee*)
- d. perantara perdagangan efek atau pialang (*broker*)
- e. pedagang efek (*dealer*)
- f. perusahaan pengelola dana (*investment company*)

2. Menerima Setoran dan Melakukan Pembayaran

Jasa ini diutamakan untuk membantu nasabahnya dalam mengumpulkan setoran atau pembayaran lewat bank. Setoran atau pembayaran yang biasa diterima oleh bank antara lain: pembayaran listrik, pembayaran telepon, pembayaran pajak pembayaran uang kuliah, dan pembayaran rekening air dan lain - lain. Melakukan Pembayaran pensiun, bonus, hadiah, dan deviden.

I. KEUNTUNGAN JASA BANK

Keuntungan pokok perbankan adalah dari selisih bunga simpanan dengan bunga kredit atau pinjaman. Keuntungan ini dikenal dengan istilah *spread based*. Namun, di samping keuntungan dari kegiatan pokok tersebut pihak perbankan juga dapat memperoleh keuntungan dari

transaksi yang diberikannya dalam jasa-jasa bank lainnya. Keuntungan dari transaksi dalam jasa-jasa bank ini disebut juga *fee based*. Keuntungan dari jasa bank dewasa ini semakin dibutuhkan. Bahkan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini disebabkan keuntungan dari *spread based* semakin kecil mengingat persaingan yang semakin ketat dalam bidang ini. Oleh sebab itu, di samping mencari keuntungan utama tetap pada *spread based*, dewasa ini semakin banyak bank yang mencari keuntungan lewat jasa-jasa bank.

Perolehan keuntungan dari jasa-jasa bank ini walaupun relatif kecil, namun mengandung suatu kepastian, hal ini disebabkan risiko terhadap jasa-jasa bank ini lebih kecil jika dibandingkan dengan kredit. Di samping faktor risiko, ragam penghasilan dari jasa ini pun cukup banyak sehingga pihak perbankan dapat lebih meningkatkan jasa-jasa banknya. Kemudian yang paling penting jasa-jasa bank ini sangat berperan besar dalam memperlancar transaksi simpanan dan pinjaman yang ada di dunia perbankan. Adapun keuntungan yang diperoleh dari jasa-jasa bank ini antara lain:

1. Biaya administrasi

Biaya administrasi dikenakan untuk jasa-jasa yang memerlukan administrasi khusus. Pembebanan biaya administrasi biasanya dikenakan untuk pengelolaan sesuatu fasilitas tertentu. Contoh biaya administrasi seperti biaya administrasi kredit dan administrasi lainnya.

2. Biaya kirim

Biaya kirim diperoleh dari jasa pengiriman uang (transfer), baik jasa transfer dalam negeri maupun transfer ke luar negeri. Biaya tagih merupakan jasa yang dikenakan untuk menagihkan dokumen-dokumen milik nasabahnya seperti jasa kliring (penagihan dokumen dalam kota) dan jasa inkaso (penagihan dokumen keluar kota).

3. Biaya tagih

Biaya tagih merupakan jasa yang dikenakan untuk menagihkan dokumen-dokumen milik nasabahnya seperti jasa kliring (penagihan dokumen dalam kota) dan jasa inkaso (penagihan dokumen keluar kota). Biaya tagih ini dilakukan baik untuk tagihan dokumen dalam negeri maupun luar negeri.

4. Biaya provisi dan komisi

Biaya provisi dan komisi biasanya dibebankan kepada jasa kredit dan jasa transfer serta jasa-jasa atas bantuan bank terhadap suatu fasilitas perbankan. Besarnya jasa provisi dan komisi tergantung dari jasa yang diberikan serta status nasabah yang bersangkutan.

5. Biaya sewa

Biaya sewa dikenakan kepada nasabah yang menggunakan jasa *safe deposit box*. Besarnya biaya sewa tergantung dari ukuran *box* dan jangka waktu yang digunakannya.

6. Biaya iuran

Biaya iuran diperoleh dari jasa pelayanan bank *card* atau kartu kredit, di mana kepada setiap pemegang kartu dikenakan biaya iuran. Biasanya pembayaran biaya iuran ini dikenakan per tahun.

Besar kecilnya penetapan biaya terhadap nasabahnya tergantung dari banknya. Masing-masing bank dapat menggunakan metode tertentu dan biasanya tidak terlalu jauh berbeda, mengingat tingkat persaingan perbankan yang demikian ketat.

J. RANGKUMAN MATERI

Jasa-jasa bank merupakan kegiatan perbankan. Lengkap atau tidaknya jasa bank yang diberikan sangat tergantung dari kemampuan bank tersebut, baik dari segi modal, perlengkapan fasilitas sampai kepada personel yang mengoperasikannya. Semakin lengkap tentunya semakin banyak modal yang dibutuhkan untuk melengkapi peralatan dan personelnnya. Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank. Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

Transfer merupakan jasa pengiriman uang lewat bank baik dalam kota, luar kota atau keluar negeri. Lama pengiriman tergantung dari sarana yang digunakan untuk mengirim. Kliring merupakan jasa penyelesaian utang piutang antarbank dengan cara saling menyerahkan warkat-warkat yang akan di kliringkan di lembaga kliring (Penagihan warkat seperti cek atau BG yang berasal dari dalam kota). Inkaso merupakan jasa bank untuk menagihkan warkat-warkat yang berasal dari luar kota atau luar negeri. *Safe Deposit Box* (SDB) merupakan jasa-jasa bank yang diberikan kepada para nasabahnya. Bank *Card* merupakan "kartu plastik" yang dikeluarkan oleh bank yang diberikan kepada nasabahnya untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di tempat-tempat tertentu. Bank Notes merupakan uang kartal asing yang dikeluarkan dan diterbitkan oleh bank di luar negeri.

Travellers Cheque dikenal dengan nama cek wisata atau cek perjalanan yang biasanya digunakan oleh mereka yang hendak bepergian atau sering dibawa oleh turis. *Letter of credit* (L/C) merupakan salah satu jasa bank yang diberikan kepada masyarakat untuk memperlancar arus barang (ekspor-impor) termasuk barang dalam negeri (antarpulau). Bank Garansi yaitu jaminan pembayaran yang diberikan oleh bank kepada suatu pihak, baik perorangan, perusahaan atau badan/lembaga lainnya dalam bentuk surat jaminan. Keuntungan yang diperoleh dari jasa-jasa bank ini antara lain: biaya administrasi, biaya kirim, biaya tagih, biaya provisi dan komisi, biaya sewa dan biaya iuran.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Coba saudara jelaskan apa perbedaan antara tabungan, deposito dan giro ?
2. Dalam jasa transfer, kecepatan pengiriman serta besarnya biaya kirim sangat tergantung dari sarana yang akan digunakan. Coba saudara jelaskan sarana-sarana apa saja yang sering digunakan oleh bank untuk melaksanakan transfer ?
3. Untuk memperlancar arus barang baik perdagangan lokal maupun internasional salah satu caranya adalah dengan menggunakan L/C. Jelaskan fungsi L/C dalam menunjang kegiatan untuk memperlancar kegiatan ekspor impor ?

4. Dalam jasa *safe deposit box*, keuntungan apa saja yang dapat diperoleh oleh pemegang *safe deposit box* (SDB) tersebut ?
5. Keuntungan dari jasa bank kita sebut dengan istilah *fee based*. Uraikan secara lengkap yang dimaksud *fee based* tersebut bagi bank ?

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, dkk. 2019. *Manajemen Bank. Pasuruan*: Qiara Media.
- Kasmir. 2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Supriyono, Maryanto. 2011. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi.
- Syaifuddin, Dedy Takdir. 2007. *Manajemen Perbankan Pendekatan Praktis*. Kendari: Unhalu Press.



BAB
10

MERGER BANK

Muyasaroh, S.E,Sy., M.E
STIE ALKHAIRIYAH CILEGON

A. PENGGABUNGAN USAHA BANK

Tujuan utama didirikannya perusahaan adalah agar dapat hidup terus (*survive*). Adakalanya perusahaan hanya bertahan dua atau tiga tahun kemudian bubar dan ada pula sampai beranak pianak dari generasi ke generasi berikutnya. Hal ini disebabkan sebagai faktor, terutama disebabkan oleh faktor manajemennya. Untuk mencapai tujuan agar tetap *survive*, memang tidak mudah, hal ini disebabkan banyak hal-hal yang sulit untuk diprediksi apa yang bakal terjadi di masa depan.

Bagi perusahaan yang mengalami kesulitan dan kemudian akan mengancam kehidupannya banyak cara yang dapat dilakukan agar tetap hidup dan berkembang terus. Salah satu caranya adalah bergabung dengan perusahaan lainnya. Hal ini akan lebih baik dari pada dibubarkan begitu saja.

Bagi dunia perbankan yang mengelola bisnis kepercayaan, di mana hidupnya sangat tergantung dari pelayanan yang diberikannya kepada masyarakat. Artinya kalau masyarakat sudah tidak percaya lagi kepada salah satu bank, maka dampaknya akan berakhir Riwayat bank tersebut apabila tidak berubah pelayanannya. Oleh karena kegiatannya

menyangkut uang masyarakat dan kepercayaan yang diberikan, maka setiap periode diadakan penilaian tentang Kesehatan suatu bank dan bagi bank yang dinyatakan tidak sehat untuk beberapa periode, maka disarankan untuk melaksanakan penggabungan dengan bank lainnya.

Penggabungan dalam dunia perbankan tidak hanya bagi bank yang dinilai tidak sehat saja, akan tetapi bank yang sehat pun dapat pula bergabung dengan bank lainnya sesuai dengan tujuan bank tersebut. Sebagai contoh bank dapat bergabung dengan tujuan untuk menguasai pasar. Namun, biasanya penggabungan antar bank yang tidak sehat lebih diutamakan.

Sebelum melakukan penggabungan pihak perbankan dapat memilih beberapa bentuk penggabungan masing-masing bentuk mempunyai keunggulan dan kerugian sendiri dan tentu saja pemilihan ini didasarkan kepada tujuan perbankan tersebut.

Adapun penggabungan yang dapat dipilih atau yang biasa dilakukan di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Merger

Adalah penggabungan dari dua bank atau lebih dengan cara tetap mempertahankan berdirinya salah satu dari bank dan membubarkan bank-bank lainnya tanpa melikuidasi terlebih dahulu.

Penggabungan tersebut dapat dilakukan dengan cara menggabungkan seluruh saham bank lainnya yang ikut bergabung menjadi satu dengan bank yang dipilih untuk dijadikan bank yang akan dipertahankan.

Biasanya bank hasil merger memakai salah satu nama yang dipilih secara Bersama. Sebagai contoh: bank marras melakukan merger dengan bank menumbing dan disepakati memakai nama bank marras maka nama bank menumbing diganti menjadi bank marras.

2. Konsolidasi

Yaitu penggabungan dari dua bank atau lebih dengan cara mendirikan bank baru dan membubarkan bank-bank tersebut tanpa melikuidasi terlebih dahulu.

Contoh konsolidasi, misalnya bank marras melakukan konsolidasi dengan bank menumbing, maka nama kedua bank tersebut dibubarkan dan menanamkan bank yang baru misalnya bank mangkol.

3. Akuisisi

Merupakan pengambilan kepemilikan suatu bank yang berakibat beralihnya pengendalian terhadap bank. Dalam penggabungan dengan bentuk akuisisi biasanya nama bank diakuisisi tidak berubah dan yang berubah hanya kepemilikannya.

Contoh di atas misalnya bank marras diakuisisi oleh bank menumbing, maka nama bank marras tidak berubah dan yang berubah adalah kepemilikannya saja, yaitu menjadi milik bank menumbing.

Sebelum melakukan penggabungan badan usahanya, setiap perusahaan tentu mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapainya.

Ada beberapa alasan suatu bank melakukan merger, konsolidasi dan akuisisi yaitu antara lain sebagai berikut.

- a. Masalah Kesehatan bank maksudnya apabila bank sudah dinyatakan tidak sehat oleh bank Indonesia untuk beberapa periode, maka sebaiknya bank tersebut melakukan merger dengan bank yang sehat atau dengan melakukan konsolidasi dengan bank yang sama-sama tidak sehat serta dapat pula diakuisisi oleh bank lain yang berminat.
- b. Modal yang dimiliki *relative* kecil sehingga untuk melakukan ekspansi terlalu sulit. Dengan adanya penggabungan atau usaha peleburan otomatis lebih mudah untuk mengembangkan usahanya. Yang jelas setelah melakukan penggabungan modal dari beberapa bank yang ikut bergabung modal bank yang baru bertambah besar.
- c. Manajemen bank yang semrawut atau kurang profesional sehingga, perusahaan terus merugi dan sulit untuk berkembang. Jenis bank ini pun sebaiknya melakukan penggabungan usaha atau peleburan usaha dengan bank yang lebih profesional.
- d. Administrasi yang kurang teratur dan masih tradisional sebaiknya bank melakukan penggabungan atau peleburan sehingga diharapkan administrasinya menjadi baik.
- e. Ingin menguasai pasar. Tujuannya tidak diumumkan secara jelas kepada pihak luar biasanya hanya diketahui oleh mereka yang hendak ikut merger. Dengan adanya penggabungan dari beberapa bank, maka jumlah cabang dan jumlah nasabah yang di miliki bertambah. Tujuan ini juga menghilangkan atau melawan pesaing yang ada.

Untuk mengadakan penggabungan bank baik penggabungan secara merger, konsolidasi atau akuisisi dapat dilakukan atas:

1. Inisiatif bank yang bersangkutan atau
2. Permintaan bank Indonesia atau
3. Inisiatif badan khusus yang bersifat sementara dalam rangka penyehatan bank.

Dalam melakukan penggabungan, maka pihak perbankan hendaknya memenuhi beberapa peraturan dan persyaratan yang telah ditetapkan. Izin untuk melakukan merger, konsolidasi atau akuisisi harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Telah memperoleh persetujuan dari rapat umum pemegang saham (RPUS) bagi bank yang berbentuk badan hukum perseroan terbatas atau rapat sejenis bagi bank yang berbentuk lainnya.
2. Memenuhi rasio kecukupan modal yang telah ditetapkan oleh bank Indonesia.
3. Calon anggota direksi dan dewan komisaris tidak termasuk daftar orang yang tercela di bidang perbankan.
4. Dalam hal akuisisi, maka bank wajib memenuhi ketentuan mengenai pengertian modal oleh bank yang diatur oleh bank Indonesia.

B. PEMBINAAN DAN PENGAWASAN BANK

Kegiatan perbankan yang dilakukan sehari-hari, baik oleh bank umum maupun bank perkreditan rakyat tidak terlepas dari berbagai kesalahan. kesalahan ini dapat dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja. Oleh karena itu, agar dunia perbankan dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan, maka perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan terhadap segala aktivitas yang dilakukan oleh dunia perbankan. Pelaksanaan pembinaan dan pengawasan terhadap dunia perbankan di Indonesia dilakukan oleh bank Indonesia.

Dalam hal pembinaan dan pengawasan tersebut bank Indonesia menetapkan Kesehatan bank yang meliputi aspek kecukupan modal, kualitas *asset*, kualitas manajemen, likuiditas, rentabilitas, solvabilitas dan aspek lain yang berhubungan dengan usaha bank dan wajib melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip ke hati-hatian.

Kemudian pihak perbankan wajib memelihara Kesehatan bank tersebut sesuai dengan aturan yang berlaku dan wajib menyampaikan semua informasi yang dibutuhkan oleh bank Indonesia dan wajib pula menyediakan informasi mengenai kemungkinan timbulnya risiko kerugian sehubungan dengan transaksi nasabah yang dilakukan melalui bank. Demikian pula bank Indonesia berhak untuk memeriksa semua catatan dan berkas-berkas yang ada baik secara berkala maupun atau setiap waktu jika diperlukan.

Perbankan wajib pula menyampaikan kepada bank Indonesia tentang laporan keuangannya, baik berupa neraca, laporan laba rugi tahunan ataupun laporan perubahan modal dalam waktu dan bentuk yang telah ditetapkan. Laporan keuangan yang disampaikan ini hendaknya telah diaudit oleh

Apabila menurut penilaian bank Indonesia melalui suatu bank mengalami kesulitan dan membahayakan kelangsungan hidupnya, maka bank Indonesia dapat melakukan Tindakan agar:

1. Pemegang saham menambah modal;
2. Pemegang saham mengganti dewan komisaris atau pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah yang macet dan memperhitungkan kerugian bank dengan modalnya;
3. Bank menghapus bukukan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah yang macet dan memperhitungkan kerugian bank dengan modalnya;
4. Melakukan merger atau konsolidasi dengan bank lain;
5. Bank dijual kepada pembeli yang bersedia mengambil alih seluruh kewajiban;
6. Bank menyerahkan pengelolaan seluruh atau Sebagian kegiatan bank kepada pihak lain;
7. Bank menjual Sebagian atau seluruh harta dan/atau kewajiban kepada bank atau pihak lain.

Kemudian apabila Tindakan di atas tidak mampu untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi bank menurut penilaian bank Indonesia dapat membahayakan sistem perbankan, maka pimpinan bank Indonesia dapat mencabut izin usaha bank dan memerintahkan direksi bank untuk segera

menyelenggarakan rapat umum pemegang saham (RPUS) guna membubarkan badan hukum bank dan membentuk tim likuidasi.

Oleh karena itu pembinaan perbankan perlu terus dijalankan agar pihak perbankan selalu mematuhi rambu-rambu yang telah ditetapkan. Pembinaan ini juga ditujukan untuk kepentingan kemajuan bank itu sendiri agar jangan menderita kerugian di samping kepentingan nasional. Pembinaan yang dijalankan juga agar tetap konsisten sehingga dalam pelaksanaan di lapangan tidak terjadi hal-hal yang tidak di inginkan.

C. RAHASIA BANK DAN SANKSI ADMINISTRATIF

Dikarenakan kegiatan dunia perbankan mengelola uang masyarakat, maka bank wajib pula menjaga kepercayaan yang diberikan masyarakat. Bank wajib menjamin keamanan uang tersebut agar benar benar aman. Agar keamanan nasabahnya terjamin pihak perbankan dilarang untuk memberikan keterangan yang tercatat pihak bank tentang keadaan keuangan dengan hal-hal lain dari nasabahnya. Dengan kata lain, bank harus menjaga rahasia tentang keadaan keuangan nasabah dan apabila melanggar kerahasiaan ini perbankan akan dikenakan sanksi.

Namun, dalam kasus tertentu kerahasiaan bank tidak berlaku untuk nasabah. Misalnya:

1. Untuk kepentingan perpajakan pimpinan bank Indonesia atas permintaan Menteri keuangan berwenang mengeluarkan perintah tertulis kepada bank agar memberikan keterangan dan memperlihatkan bukti-bukti tentang keuangan nasabahnya penyimpanan tertentu kepada pejabat pajak.
2. Untuk penyelesaian piutang bank yang sudah diserahkan kepada badan urusan piutang negara/panitia urusan piutang negara. Pimpinan bank memberikan izin kepada pejabat badan urusan piutang negara untuk memperoleh keterangan dari bank mengenai simpanan nasabah debitur.
3. Untuk kepentingan peradilan dalam perkara pidana, pimpinan bank Indonesia dapat memberikan izin kepada polisi, jaksa atau hakim untuk memperoleh keterangan dari bank mengenai simpanan tersangka atau terdakwa pada bank.

4. Dalam rangka tukar-menukar informasi antar bank, direksi bank dapat memberitahukan keadaan keuangan nasabahnya kepada bank lain.

Bagi pihak yang merasa di rugikan oleh keterangan yang diberikan oleh bank, mereka berhak untuk mengetahui isi keterangan tersebut dan meminta pembetulan jika terdapat kesalahan dalam keterangan yang diberikan. Pelanggaran terhadap berbagai aturan yang berlaku, termasuk kerahasiaan bank, maka akan dikenakan sanksi tertentu sesuai dengan yang tercantum dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998.

Sanksi juga diberikan kepada siapa saja yang melakukan kegiatan perbankan seperti menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tanpa izin usaha dari pimpinan bank Indonesia. Pelanggaran tersebut diancam dengan pidana penjara sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun serta denda sekurang-kurangnya Rp.10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) dan paling banyak Rp. 200.000.000.000 (dua ratus miliar rupiah).

Kemudian sanksi juga diberikan kepada anggota dewan komisaris, direksi atau pegawai bank atau pihak terafiliasi lainnya yang dengan sengaja memberikan keterangan yang wajib dirahasiakan seperti memberi keterangan mengenai nasabah penyimpanan dan simpanannya diancam dengan pidana penjara sekurang-kurangnya 2 (dua) tahun dan paling lama 4 (empat) tahun serta denda sekurang-kurangnya Rp. 4.000.000.000,- (empat miliar rupiah) dan paling banyak Rp.8.000.000.000,- (delapan miliar rupiah).

Perbankan juga harus menyampaikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi serta penjelasannya secara berkala dalam waktu dan bentuk yang telah ditetapkan dan telah pula diaudit oleh akuntan publik.

Selanjutnya apabila anggota dewan komisaris, direksi atau pegawai bank dengan sengaja:

1. Membuat atau menyebabkan adanya pencatatan palsu dalam pembukuan atau dalam laporan maupun dalam dokumen atau laporan kegiatan usaha, laporan transaksi atau rekening suatu bank;

2. Menghilangkan atau tidak memasukkan atau menyebabkan tidak dilakukannya pencatatan dalam pembukuan atau laporan kegiatan usaha, laporan transaksi atau rekening suatu bank;
3. Mengubah, mengaburkan, atau menyembunyikan, menghapuskan atau menghilangkan adanya suatu pencatatan dalam pembukuan atau dalam laporan maupun dalam dokumen atau laporan kegiatan usaha, laporan transaksi atau rekening atau dengan sengaja bank mengubah, mengaburkan, menghilangkan, menyembunyikan atau merusak catatan pembukuan di ancam dengan pidana penjara sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun serta denda sekurang-kurangnya Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar Rupiah) dan paling banyak Rp.200.000.000.000 (dua ratus miliar rupiah).

D. RANGKUMAN MATERI

Dalam melakukan merger dan akuisisi banyak kendala yang harus diatasi oleh perusahaan, yaitu modal, tenaga kerja, maupun budaya perusahaan. Untuk menyatukan kedua perusahaan dengan budaya yang berbeda, tentunya sangat sulit dan ini harus dipilih salah satu budaya mana yang sekiranya cocok untuk tetap dipergunakan dalam melaksanakan merger dan akuisisi.

Manfaat melakukan merger dan akuisisi adalah penggabungan perusahaan sejenis atau lebih secara horizontal dapat menimbulkan sinergi perluasan produk, transfer teknologi, sumber daya manusia yang tangguh, mengurangi persaingan, perusahaan yang memiliki likuiditas dan terdesak oleh kreditur, keputusan merger dan akuisisi dengan perusahaan yang kuat akan menyelamatkan perusahaan dari kebangkrutan. Alasan utama perusahaan lebih melakukan merger dan akuisisi adalah sebagai strategi utama perusahaan dalam pengembangan perusahaannya, karena dengan strategi tersebut perusahaan tidak perlu memulai awal bisnis yang baru karena bisnis *share* perusahaan telah terbentuk sebelumnya, sehingga tujuan perusahaan akan dapat dengan cepat terwujud.

TUGAS DAN EVALUASI

1. uraikan secara lengkap hal-hal yang terkandung dalam pengertian bank menurut undang-undang pokok perbankan nomor 10 tahun 1998.
2. jelaskan pengertian kegiatan simpanan dan pinjaman dalam perbankan berikut contohnya.
3. jelaskan pula pengertian *spread based* dan *fee based*, apa maksudnya bagi bank, kemudian menurut saudara mana yang paling penting.
4. uraikan perbedaan antara *spread based* dengan profit *sharing* dan apa landasan kegunaan sistem profit *sharing*
5. saudara diminta untuk menjelaskan jenis-jenis bank menurut UU nomor 10 tahun 1998
6. uraikan lima macam perbedaan antara bank umum dengan bank perkreditan rakyat.
7. jelaskan secara singkat inti-inti kegiatan bank umum dan BPR.
8. menurut statusnya jenis-jenis bank umum dibagi dalam dua jenis. Coba saudara jelaskan secara lengkap kedua jenis yang dimaksud.
9. uraikan secara asal mula kegiatan perbankan secara lengkap
10. jelaskan apa yang dimaksud dengan Kesehatan bank dan bagaimana ciri-ciri bank yang tidak sehat, kemudian bagaimana pula saran saudara terhadap bank yang sakit tersebut?
11. berikan uraian secara lengkap singkat pengertian merger, konsolidasi dan akuisisi, kemudian jelaskan perbedaannya dengan menggunakan contoh.
12. jelaskan secara lengkap apakah tujuan bank melakukan merger, konsolidasi dan akuisisi?
13. dalam pendirian bank harus memenuhi berbagai persyaratan dari pemerintah. Coba saudara jelaskan persyaratan-persyaratan dimaksud secara lengkap.
14. jelaskan jenis-jenis kantor bank yang ada di Indonesia dewasa ini serta fungsi masing-masing.
15. uraikan pengertian rahasia bank berikut sanksi yang dikenakan terhadap pelanggar rahasia bank tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir, 2014 Dasar-dasar Perbankan, PT Grafindo Persada, Depok.

Sarno Wuragil, 2019 penggabungan usaha bank
(<https://www.sarno.id/2019/08/penggabungan-usaha-bank/>). Diakses
tanggal 20 November 2020 jam 14: 00 WIB

Umam, Khotibul, Trend Pembentukan Bank Umum Syariah, 2009,
Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.



MANAJEMEN BANK SYARIAH

Sri Maulida, S.E.Sy., M.E.I.
ULM Banjarmasin

A. PENDAHULUAN

Saat umat Islam Indonesia membutuhkan layanan jasa keuangan dan perbankan yang sesuai dengan syariat Islam, khususnya berkaitan dengan pelanggaran praktik riba, terhindar dari kegiatan yang spekulatif yang serupa dengan perjudian, ketidakjelasan, pelanggaran prinsip keadilan dalam bertransaksi, serta keharusan penyaluran pembiayaan, bank syariah hadir sebagai solusi atas kebutuhan tersebut.

Keberadaan lembaga keuangan syariah merupakan sistem yang telah lama diharapkan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama umat Islam Indonesia. Industri perbankan syariah berkembang lebih cepat setelah kedua perangkat perundang-undangan tersebut diberlakukan. Perbankan syariah merupakan institusi/lembaga keuangan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak 16 tahun yang lalu diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia.

Hingga saat ini perkembangan bank syariah relatif sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, baik indikator keuangan, seperti jumlah aktiva, dana pihak ketiga, volume pembiayaan, maupun dilihat dari kelembagaan, dan jaringan kantor bank. Serta dengan upaya pemerintah

melakukan merger terhadap tiga bank syariah besar di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), BNI Syariah dan BRI Syariah. Bank syariah hasil penggabungan ini akan memiliki modal dan aset yang kuat dari segi finansial, sistem teknologi informasi, sumber daya manusia, maupun produk dan layanan keuangan agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Dengan adanya bank syariah BUMN, perkembangan perbankan syariah di Indonesia akan semakin baik.

B. MANAJEMEN BANK SYARIAH

1. Sejarah Bank Syariah

UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang secara rinci dijabarkan dalam Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil merupakan dasar hukum beroperasinya bank syariah dan awal sistem perbankan dengan menggunakan sistem perbankan ganda (*dual banking system*) di Indonesia. Sejak periode 1992 sampai dengan 1998, terdapat hanya satu bank umum syariah dan 78 bank perkreditan rakyat syariah (BPRS) yang telah beroperasi. Pada tahun 1998, dikeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 sebagai amandemen dari UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem perbankan syariah. Pada tahun 1999 dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah.

Pada tanggal 10 November 1998 telah disahkan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam UU No. 10 Tahun 1998 terdapat beberapa perubahan dan penyempurnaan yang bersifat substansial. Undang-undang ini mengubah penyebutan "Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil" pada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, menjadi "Bank Berdasarkan Prinsip Syariah". Juga terdapat penguatan kedudukan Hukum Islam bidang perikatan dalam tatanan hukum positif. Pasal 1 ayat (13) ini menyebutkan sebagai berikut:

"Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil

(mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual-beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina’).”

Setelah melalui proses yang panjang, tanggal 7 Mei 2008 DPR telah mensahkan UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. UU ini terdiri dari XIII Bab, 70 pasal. Undang-undang ini mengatur mengenai :

- a. Jenis Usaha Bank Syariah;
- b. Ketentuan pelaksanaan syariah;
- c. Kelayakan usaha;
- d. Penyaluran dana bank syariah;
- e. Larangan bagi bank syariah dan Unit Usaha Syariah;
- f. Kepatuhan Syariah

Perkembangan Keuangan dalam Perbankan Syariah didukung dengan adanya Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Pada tahun 1998, MUI membentuk lembaga yang khusus menangani fatwa tentang fiqh muamalah (ekonomi syariah). Lembaga ini disebut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Menurut Pedoman dan Prosedur Penetapan Fatwa, setiap masalah yang dibahas di komisi fatwa (termasuk fatwa tentang ekonomi syariah) harus didasarkan pada Al-Qur’an, Sunnah, Ijma’ dan Qiyas. Sebelum fatwa ditetapkan hendaklah ditinjau terlebih dahulu secara seksama pendapat para imam mazhab tentang masalah yang akan di fatwakan tersebut beserta dalil-dalilnya (Andri, 2009). Fatwa DSN di perbankan syariah diawasi oleh Dewan Pengawas (DPS) yang memiliki peran penting dan strategis dalam penerapan prinsip syariah di bank syariah. DPS bertanggung jawab untuk memastikan semua produk dan prosedur bank syariah sesuai dengan prinsip syariah.

2. Manajemen Operasional Bank Syariah

Manajemen operasional bank syariah membahas tentang kinerja dan optimalisasi masing-masing bagian dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Berkaitan dengan itu, maka adanya *Job description* dan *job spesification*, kedua hal ini sangat penting dalam sistem operasional di bank syariah (Muhammad, 2002, p, 150)

a. Deskripsi Tugas (*job description*)

Dalam deskripsi tugas dijelaskan apa tugas dan wewenang masing-masing bagian yang terikat dalam sistem operasional bank syariah.

1) Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah terdapat tiga orang atau lebih, mulai dari profesi yang ahli dalam hukum islam, yang dipimpin oleh Ketua Dewan Pengawas Syariah, berfungsi memberikan fatwa Agama terutama dalam produk-produk bank syariah. Kemudian, bersama Dewan Komisaris mengawasi pelaksanaannya (Burhannudin, 2010, p, 50-51).

2) Dewan Komisaris

Dewan Komisaris terdiri dari tiga orang atau lebih yang dipimpin oleh seorang Komisaris Utama, tugasnya pengawas intern Bank Syariah, mengarahkan pelaksanaan yang dikerjakan oleh Direksi supaya tetap mengikuti kebijaksanaan Perseroan dan ketentuan yang berlaku. Tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris :

- Menyelenggarakan rapat umum bagi para pemegang saham untuk pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.
- Mempertimbangkan, menyempurnakan, dan mewakili para pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijaksanaan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- Mempertimbangkan dan menyetujui rancangan kerja untuk tahun buku baru yang diusulkan Direksi.
- Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan kepada perusahaan yang jumlahnya melebihi maksimum yang dapat diputuskan Direksi (Muhammad, 2002, p, 151).

3) Direksi

Direksi yang terdiri dari seorang Direktur Utama, yang bertugas dalam memimpin dan mengawasi kegiatan Bank Syariah sehari-hari, sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris dalam RUPS.

a) Tugas dan Tanggung Jawab Direksi

- Merumuskan dan mengusulkan kebijaksanaan umum Bank Syariah untuk masa yang akan datang yang disetujui oleh Dewan Komisaris serta disahkan dalam RUPS, agar tercapai tujuan serta kontinuitas operasional perusahaan.
- Menyusun dan mengusulkan Rencana Anggaran Perusahaan dan Rencana Kerja untuk tahun buku yang baru disetujui oleh Dewan Komisaris.
- Mengajukan Neraca dan Laporan Laba Rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya kepada Dewan Komisaris untuk mendapatkan penilaian.

b) Tugas dan Tanggung Jawab Direktur Utama

- Memimpin dan mengelola Perseroan sehingga tercapai tujuan Perseroan
- Mewakili Direksi atas nama Perseroan
- Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan.
- Bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

c) Tugas dan Tanggung Jawab Direktur

- Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi
- Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan (Burhannudin, 2010, p, 49-51).

4) Bidang *Marketing*

Fungsi bidang *marketing* adalah sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu Direksi dalam menangani tugas-tugas

khususnya yang menyangkut bidang *marketing* dan pembiayaan (kredit). Tugas-tugas Pokok Bidang *Marketing*

- a) Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas *marketing* dan pembiayaan (kredit) dari unit/bagian yang berada di bawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efisien dan efektif yang dapat memuaskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun Bank Syariah.
- b) Bertindak sebagai Komite Pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan pembiayaan (kredit).
- c) Melakukan Monitoring, evaluasi, *review*, dan supervisi terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi bidang *Marketing* (perkreditan) pada unit/bagian yang ada di bawah supervisinya.
- d) Berkewajiban untuk meningkatkan mutu pelayanan perbankan terhadap nasabah maupun calon nasabah.
- e) Melayani, menerima tamu (calon nasabah atau nasabah) secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan (Muhammad, 2002, p, 153).

5) Bidang Operasional

Fungsi Bidang Operasional sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu Direksi dalam melakukan tugas-tugas di bidang operasional bank. Tugas-tugas pokok Bidang Operasional :

- a) Melakukan *monitoring*, evaluasi, *review* dan kondisi terhadap pelaksanaan tugas-tugas pelayanan di bidang operasional.
- b) Melaksanakan supervisi terhadap setiap pelayanan dan pengamanan jasa-jasa perbankan dari setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya.
- c) Aktif memberikan saran, pendapat kepada Direksi mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan tugasnya sehari-hari termasuk mengusulkan produk-produk perbankan yang diperlukan nasabah.
- d) Turut membantu pelayanan secara aktif atas tugas-tugas harian setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya.

6) Bidang Umum

Fungsi Bidang Umum adalah sebagai staf/karyawan bank bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Tugas-tugas pokok Bidang Umum

- a) Memelihara/menjaga harta inventaris kantor agar tetap dalam kondisi yang baik, dan bertanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut.
- b) Menginvestasikan kebutuhan-kebutuhan karyawan atau perusahaan dan kemudian sepanjang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c) Memberikan informasi kepada seluruh karyawan mengenai hak dan kewajiban karyawan sesuai dengan ketentuan Direksi.

7) Bidang Pengawasan

Bidang pengawasan adalah penegasan manajerial yang ditangani oleh Direksi (Direktur Utama), agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan ketentuan serta dapat mencapai keberhasilan yang optimal. Tugas pokok Bidang Pengawasan tersebut mengawasi seluruh kegiatan Bank Syariah agar dapat berjalan lancar sehingga dapat mencapai keberhasilan secara baik (Muhammad, 2002, p, 153-155).

b. Tugas-tugas Khusus (*job Spesification*)

Bagian-bagian yang termasuk dalam menangani secara khusus pada operasional bank syariah meliputi :

1) Mobilisasi Dana (*Funding*)

Bagian Mobilisasi Dana bertugas dalam pengumpulan dana masyarakat sesuai dengan *funding* yang ada, seperti saham, deposito mudharabah, tabungan mudharabah. Titipan Wadi'ah yad dhomanah, infaq, dan shadaqah (Muhammad, 2002, p, 155).

2) *Account Officer* (A/O)

A/O bertugas memproses calon Debitur atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi Debitur. Selain membina Debitur agar bisa memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya A/O juga menyelesaikan kasus Debitur yang mungkin terjadi, dengan demikian A/O sangat berperan mulai dari

memproses calon Debitur, membina, sampai menyelesaikan masalah Debitur ketika ada kasus yang menimpa Debitur nantinya.

3) *Bagian Support Pembiayaan*

Bagian *support* pembiayaan ini bekerja sama dengan A/O dalam mengadakan penilaian pemohon pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratannya. Tapi walaupun mereka bekerja sama mereka memproses calon Debitur itu berbeda, A/O dalam memproses calon Debitur dilihat dari keandalannya (kelayakannya), sedangkan bagian *Support* pembiayaan dari segi keabsahannya, seperti kebenaran lampirannya, usaha maupun penggunaan pembiayaan, transaksi jaminan, keabsahan jaminan, dan kelayakan lainnya (Muhammad, 2005, p, 33).

4) *Bagian Administrasi Pembiayaan*

Di dalam proses pembiayaan terdapat administrasi yang ditangani oleh A/O ataupun Bagian *support* Pembiayaan. Tetapi setelah calon Debitur menjadi Debitur segala urusan pembayaran mulai dari pencairan dana sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran para debitur itu semua akan ditangani oleh Bagian Administrasi Pembiayaan.

5) *Bagian Pengawasan Pembiayaan*

Tugas pengawas pembiayaan untuk memantau pembiayaan antara lain membuat surat peringatan kepada debitur apabila peminjaman yang dipinjam debitur belum dibayar oleh Debitur tersebut dan debitur harus dibuatkan surat peringatan. Bagian Pengawasan pembiayaan ini selain membuat surat-surat peringatan mereka juga melakukan penagihan-penagihan, tetapi penagihan di sini bukan menggunakan depkolektor karena bank Syariah diharamkan untuk menggunakan hal seperti itu (Muhammad, 2005, p, 34).

6) *Service Assistance (S/A)*

S/A ini memberikan informasi dalam hal operasional kantor bank syariah, jadi apa bila ingin mengetahui info-info operasional bank syariah langsung ke S/A. Di samping itu S/A juga mengadministrasikan nasabah *Funding* yang baru.

7) Kas dan *Teller*

Bertugas untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang. Selain itu tugas Kas dan *Teller* juga mengatur dan memelihara saldo atau mengatur posisi uang di kas bagi yang penarikan, posisi uang kas yang melakukan penerimaan yang semua itu tersimpan dalam khasanah bank.

8) Bagian Jasa Nasabah (Janas)

Janas bertugas untuk melakukan pencatatan transaksi pembayaran nasabah (*Funding*) kemudian melakukan penjurnalan. Penjurnalan janas ini dimulai dari ikhtisar, jurnal umum, sampai ke buku besar.

9) Bagian Pembukuan

Bagian pembukuan bertugas di dalam pembuatan neraca, membuat daftar laba-rugi, dan bagian pembukuan ini juga bertugas dalam pembuatan laporan ke Bank Indonesia dan tugas lain yang sesuai dengan *policy* perusahaan (Muhammad, 2002, p, 157).

10) Sekretariat

Tugas sekretariat adalah pengelolaan surat-menyurat, arsip-arsip, dan dokumen yang penting yang berpengaruh terhadap perkembangan atau kemajuan di suatu perusahaan. Selain itu sekretariat dapat juga disertai tugas lain sesuai dengan kebijakan perusahaan.

11) Personalia

Personalia bertugas di pekerjaan yang terkait dengan kepegawaian, seperti urusan kesejahteraan karyawan (gaji dan tunjangan), kenaikan pangkat, pendidikan latihan, dan urusan kesejahteraan yang lain.

12) Perbekalan/Perlengkapan

Perbekalan bertugas mempersiapkan sarana serta perlengkapan kantor. Dapat pula diberi tugas sesuai kebijakan perusahaan.

13) Bagian Keamanan dan urusan Rumah Tangga Kantor

Bagian keamanan dan urusan rumah tangga kantor bertugas mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharannya, dan urusan rumah tangga lainnya.

14) Bagian Pengawasan Personalia

Bagian pengawasan personalia bertugas mengawasi personalia karyawan dan kegiatan tugasnya di Bank Syariah, kemudian

melaporkan kepada Direksi. Tugas-tugas pokok bagian pengawasan Personalia:

- a) Menyelenggarakan daftar hadir
- b) Membuat kartu pegawai untuk tiap karyawan, kemudian penyelenggaraannya
- c) Menyelenggarakan penilaian Karyawan (Muhammad, 2002, p, 157-158).

15) Bagian Pengawasan *Marketing*

Berfungsi mengamati kegiatan Bidang *Marketing*, kemudian melaporkan kepada Direksi yang membidangnya Tugas-tugas pokok bagian pengawasan *marketing*

- a) Menyelenggarakan Register calon Debitur dan Kreditur
- b) Pencatatan kasus-kasus yang timbul di dalam *marketing*, baik personalia yang menangani mampu tugas *Marketing*
- c) Secara periodis memberikan laporan kepada Direksi yang membidangi.
- d) Memberikan masukan, opini, pendapat dan cara pemecahannya.

16) Bagian pengawasan Operasional

Berfungsi mengamati kegiatan di bidang operasional, kemudian melaporkan kepada Direksi yang Membidangnya tugas-tugas pokok bagian Bidang Operasional

- a) Pencatatan kasus-kasus yang terjadi di Bidang Operasional Kantor.
- b) Memberikan masukan, opini, pendapat serta cara pemecahannya.

17) Bagian Pengawasan Umum

Berfungsi mengamati kegiatan bidang umum dalam operasional, seperti di Bagian Perbekalan, Bagian Keamanan dan Urusan Rumah Tangga Kantor, kemudian memberikan laporan kepada Direksi yang membidangnya. Tugas-tugas pokok Bagian Pengawasan Umum

- a) Pencatatan kasus-kasus yang terjadi di bidang Pengawasan Umum terutama di Bagian Perbekalan, Bagian Keamanan dan di Bagian Urusan Rumah Tangga
- b) Secara periodik memberikan laporan kepada direksi yang membidangnya.
- c) Memberikan masukan, opini maupun pendapat serta cara pemecahan masalahnya,

18) Bagian Pembukuan / Akuntansi

Bagian ini secara langsung berhadapan dengan persoalan Akuntansi adalah pembukuan (Muhammad, 2002, p, 157-158).

C. CIRI-CIRI DAN LANDASAN OPERSIONAL BANK SYARIAH

Perbankan syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan hukum islam dan berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan al-qur'an dan hadist perbankan memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- 1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian di wujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku (tidak rigid) dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar.
- 2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran harus dihindari, karena persentase sangat berhubungan pada sisa hutang meskipun batas waktu perjanjiannya telah berakhir.
- 3) Dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek bank Islam tidak boleh menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka.
- 4) Pengarahan dana masyarakat dalam bentuk deposit/tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan, sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang di biayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam sehingga kepada nasabah tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- 5) Bank islam tidak menerapkan jual-beli atau sewa-menyewa uang dari mata uang yang sama.
- 6) Adanya pos pendapatan "rekening pendapatan non halal" sebagai hasil dari transaksi dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga.
- 7) Ciri lain bank Islam adalah adanya dewan pengawas syariah yang bertugas untuk mengawasi sistem operasional bank dari sudut syariah.
- 8) Produk-produk dalam Bank Syariah menggunakan sebutan-sebutan dari istilah Arab.

- 9) Adanya produk yang tidak terdapat di dalam bank konvensional, yaitu kredit tanpa beban yang murni bersifat sosial, di mana nasabah tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya.
- 10) Fungsi kelembagaan bank Islam selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah (Mursyid, 1993, p, 9-12).

Ciri-ciri bank Islam seperti yang dijelaskan tersebut bersifat universal dan kumulatif, artinya bank Islam yang beroperasi di mana saja harus memiliki ciri seperti yang telah dijelaskan. Adapun landasan operasional bank syariah:

- 1) Menghindari riba, karena memang riba mengandung ketidakadilan dan dapat merusak prinsip kemitraan (Soemitra, 2009, p, 67).
- 2) Memperlakukan uang hanya sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan.
- 3) Pembiayaan hanya dilakukan terhadap aktivitas ekonomi maupun kebutuhan nasabah lainnya yang di samping Bankable, juga tidak bertentangan dengan syariah.
- 4) Tidak membenarkan transaksi spekulatif (masyir), jual-beli atas suatu barang yang belum dimiliki (garar) dan jual-beli bersyarat (mengandung unsur riba) (Sumar'in, 2012, p, 55).
- 5) Dalam berinteraksi dengan nasabah, bank syariah memposisikan diri sebagai mitra investor dan pedagang, bukan dalam hubungan *Lender & borrower* sebagaimana yang berlaku pada bank konvensional (Sumar'in, 2012, p, 55).
- 6) Akad transaksi yang sudah disepakati dengan nasabah tidak akan mengalami perubahan sampai dengan berakhirnya (Sumar'in, 2012, p, 56).

D. KEGIATAN OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH

1. Bidang *Marketing*

- a. Sebagai langkah awal bidang *marketing* membuat rencana target, baik untuk produk *funding* maupun produk *financing*. Dalam membuat target tersebut haruslah disesuaikan dengan Rencana

Kerja Operasional Bank Syariah yang dibuat oleh Direksi (Muhammad, 2002, p, 159).

- b. Kegiatan Operasionalnya
 - 1) Pemasaran produk dengan melalui bermacam-macam media pemasaran, baik media elektronik, cetak, pertemuan-pertemuan, pengajian-pengajian, khutbah jum'at dan sebagainya
 - 2) Kegiatan *funding officer* dan anggotanya terutama dalam mobilisasi dana, hasilnya :
 - *Funding*: saham, deposito mudharabah, tabungan mudharabah, titipan (wadi'ah) atau zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS)
 - Setelah diadministrasikan oleh FO, *funding* yang baru diserahkan kepada SA dan bagian jasa nasabah (janas), sedangkan *funding* kelanjutan langsung diserahkan kepada *teller*/kasir.
 - Hasil pembiayaan diserahkan kepada A/O untuk diproses selanjutnya.
- c. *Operasioanl accounts officer* (A/O) atau pembina pembiayaan
 - 1) Membuat struktur dana dan alokasi dana dari dana mobilisasi tersebut untuk memenuhi permohonan pembiayaan yang masuk.
 - 2) Memproses calon Debitur yang masuk
 - 3) Membina Debitur agar lancar pengembalian pembiayaannya serta mengurangi risiko (menekankan risiko) atas pembiayaan yang diberikan (Muhammad, 2002, p, 160).
- d. Operasional Bagian *support* Pembiayaan (BSP)
 - 1) Memproses Calon Debitur dari segi keabsahan (legal)
 - 2) Mengatasi permasalahan Debitur yang mungkin terjadi.
- e. Operasional Bagian Administrasi Pembiayaan
 - 1) Menyiapkan surat persetujuan pembiayaan (SPP)
 - 2) Menyiapkan Aqad pembiayaan serta persetujuan jaminan
 - 3) Menyiapkan slip-slip pencairan pembiayaan
 - 4) Menyiapkan kartu angsuran untuk Debitur
 - 5) Menyiapkan kartu pembiayaan (untuk bank)

- 6) Menyiapkan slip-slip pembayaran kembali, angsuran atau pelunasan
 - 7) Menyelenggarakan *file* Debitur
 - 8) Pengamanan Jaminan
 - 9) Khusus untuk mudharabah atau musyarakah
 - 10) Membuat tabel rencana pembayaran
 - 11) Membuat aktualisasi pembayaran
- f. Operasional bagian Pegawai Pembiayaan
- 1) Membuat Registrasi Calon Debitur
 - 2) Membuat Registrasi Debitur
 - 3) Membuat daftar Rencana angsuran/Pembayaran Debitur dan Aktualisasinya
 - 4) Membuat surat-surat Peringatan
 - 5) Pemecahan Permasalahan Debitur
 - 6) *Execusi* Jaminan (Muhammad, 2002, p, 160).

2. Bidang Operasional

- a. Service Operasional
 - 1) Informasi kegiatan Bank Syariah terutama bidang *Marketing* dan bidang Operasional
 - 2) Pencatatan nasabah *Funding* yang baru.
- b. *Teller/Kasir*
 - 1) Transaksi Keuangan Tunai : setoran dan pembayaran
 - 2) Laporan Kas harian
- c. Jasa Nasabah
Penyelenggaraan *funding*: deposito mudharabah, tabungan mudharabah, wadiah yad dhomanah, zakat, infaq (ZIS)
 - 1) Pembuatan Kartu Tabungan
 - 2) Pembuatan Register Deposito
 - 3) Jurnal *Funding*
 - 4) Penghitungan Bagi Hasil Deposito dan Tabungan Mudharabah
 - 5) Bonus wadi'ah yad Dhomanah
- d. Bagian Tata Buku
 - 1) Pembukuan transaksi fisik pada Kasir/*Teller*
 - 2) Pembukuan transaksi Rekening Bank

- 3) Pembuatan Neraca dan Daftar Rugi/Laba Harian
- 4) Pembuatan Neraca dan Daftar Rugi/Laba Bulanan
- 5) Laporan ke Bank Indonesia

3. Bidang Umum

- a. Sekretariat
 - 1) Surat-menyurat
 - 2) Arsip dan Dokumen
- b. Perbekalan
 - 1) Inventarisasi kebutuhan sesuai dengan anggaran
 - 2) Belanja Barang Investasi dan Biaya
 - 3) Urusan Inventaris dan Penyusutan (cadangan penyusutan)
- c. Personalia
 - 1) Daftar Hadir Karyawan, Surat-surat Ijin dan Surat-surat Tugas
 - 2) Urusan Gaji Karyawan dan Jaminan Sosial
 - 3) Penyelenggaraan kartu pegawai dan data pegawai
 - 4) Kenaikan gaji dan pangkat
 - 5) Pendidikan dan pembinaan karyawan
- d. Urusan Rumah Tangga Kantor
 - 1) Keamanan dan Tata Tertib Kantor
 - 2) Pemeliharaan Kantor dan Pemeliharaan Inventarisasi Kantor serta perlengkapan/perbekalan kantor (Muhammad, 2002, p, 161).

4. Bidang Pengawasan

- a. Pengawasan *Marketing*
 - 1) Pengawasan sesuai dengan Syariah
 - 2) Pengawasan prosedural
 - 3) Publik opini, masukan untuk pemecahan masalah
- b. Pengawasan Personil
 - 1) Pengawasan dalam Dinas dan Pengawasan di luar Dinas
 - Pengamalan Islam
 - Kedisiplinan
 - Keterampilan Kerja
 - Kreativitasnya

- Kerja sama
 - Penilaian secara Periodik
- 2) Pengawasan Umum
- Pengawasan kekayaan/Inventaris
 - Pengawasan perbekalan/biaya kantor
 - Pengawasan Akuntansi (Muhammad, 2002, p, 162).

E. MANAJEMEN PERMODALAN BANK SYARIAH

1. Modal Bank Syariah

Sumber utama bank syariah adalah modal inti. Modal inti adalah modal yang berasal dari pemilik bank yang terdiri dari modal yang di investasikan para pemegang saham cadangan dan laba ditahan. Modal inti juga termasuk dana-dana yang tercatat dalam rekening bagi hasil mudharabah. Modal inti inilah yang berfungsi sebagai penyokong dan mengembalikan kerugian bank dan melindungi dana-dana dari para pemegang rekening penitipan wadiah atau pinjaman qardh. Modal inti melindungi aktivitas yang dibiayai oleh dana sendiri, wadiah dan qardh.

Dana-dana rekening bagi hasil (mudharabah) sebenarnya juga bisa dikategorikan sebagai modal, yang biasanya disebut kuasi ekuitas. Namun, rekening ini hanya bisa menanggung risiko atas aktivitas yang dibiayai oleh dana dari rekening bagi hasil itu sendiri. Selain itu ada kesepakatan bahwa pemilik dana bisa mengajukan keberatan atau menolak untuk menanggung risiko atas aktiva yang dibiayainya. Hal yang mendasari penolakan ini adalah karena ada kemungkinan salah urus (*mis-management*) dari pihak bank, kelalaian atau penipuan dari pihak bank selaku mudharib. Di samping itu, untuk modal dari pinjaman (*subordinated loan*), menurut Antonio, dalam pandangan syariah, modal seperti itu masuk kategori qardh. Qardh adalah pinjaman harta yang bisa diminta kembali. Dalam literatur fiqh Salaf al-salih, qardh dikategorikan ke dalam akad saling membantu dan bukan transaksi komersial.

Dalam kaidah Islam, jika kita memberikan pinjaman maka kita dilarang untuk meminta imbalan karena itu termasuk riba. Akan tetapi setiap penerima pinjaman wajib menjamin pinjaman tersebut ketika jatuh tempo. Maka dari itu posisi qardh setara dengan kewajiban utang lainnya. Atas dasar itulah maka qardh tidak bisa dimasukkan ke dalam modal yang bisa

digunakan untuk ikut menanggung risiko atas aktivitas perbankan atau memberikan perlindungan kepada para deposan. Dengan uraian ini maka dana qardh tidak termasuk ke dalam modal bank.

2. Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) bank syariah

Risiko atas modal berkaitan dengan dana yang di investasikan pada aktiva berisiko, baik yang berisiko rendah ataupun yang risikonya lebih tinggi dari yang lain. ATMR adalah faktor pembagi (denominator) dari CAR sedangkan modal adalah faktor yang dibagi (numerator) untuk mengukur kemampuan modal menanggung risiko atas aktiva tersebut.

Dalam menelaah ATMR pada bank syariah, terlebih dahulu harus dipertimbangkan, bahwa aktiva bank syariah dapat dibagi atas:

- Aktiva yang didanai oleh modal sendiri dan/atau kewajiban atau hutang (wadi'ah atau qard dan sejenisnya) dan
- Aktiva yang didanai oleh rekening bagi hasil (*Profit and loss Sharing Investment Account*) yaitu mudharabah (baik *General Investment Account*/mudharabah mutlaqah yang tercatat pada neraca/on *balance sheet* maupun *Restricted Investment Account*/mudharabah muqayyadah yang dicatat pada rekening administratif/*off balance sheet*).

Aktiva yang didanai oleh modal sendiri dan kewajiban atau hutang, risikonya ditanggung oleh modal sendiri, sedangkan aktiva yang didanai oleh rekening bagi hasil, risikonya ditanggung oleh dana rekening bagi hasil itu sendiri. Namun demikian, sebagaimana telah diuraikan di atas, pemilik rekening bagi hasil dapat menolak untuk menanggung risiko atas aktiva yang dibiayainya, apabila terbukti bahwa risiko tersebut timbul akibat salah urus (*mis management*), kelalaian atau kecurangan yang dilakukan oleh manajemen bank selaku mudharib. Oleh karenanya tetap ada potensi risiko, (katakanlah dengan *probability* 50 %), yang harus ditanggung oleh modal bank sendiri. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa atas aktiva ini harus pula dibentuk PPAP.

Berdasarkan pembagian jenis aktiva tersebut di atas, maka pada prinsipnya bobot risiko bank syariah atas :

- a. Aktiva yang di biayai oleh modal bank sendiri dan / atau dana pinjaman (wadi'ah, *card* dan sejenisnya) adalah 100 %, sedangkan

- b. Aktiva yang di biayai oleh pemegang rekening bagi hasil (baik general ataupun *restricted investment account*) adalah 50 %

Penggolongan lebih lanjut (berdasarkan *rating* pihak-pihak yang dibiayai / pengelola dana investasi atau penjaminnya) dapat mengikuti ketentuan Bank Indonesia ataupun *Busle commitee* yang ada.

	Bobot modal aktiva (%)	risiko atas aktiva (%)	Bobot risiko aktiva(%)*	Konversi bobot risiko(%)
• Surat berharga yang dijamin oleh bank-bank Nasional atau bank-bank utama (prime bank) Asing				
a. Didanai oleh modal sendiri	100		20	20
b. Didanai oleh rekening bagi hasil	50		20	10
• Pembiayaan kepada pihak lain				
a. Didanai oleh modal sendiri	100		100	100
b. Di danai oleh rekening bagi hasil	50		100	50

*) Berdasarkan ketentuan Bank Indonesia ataupun *Busle commitee* yang ada

3. Kualitas Aktiva Produktif (KAP)

Menurut Muhammad (2011) aktiva produktif bank syariah dapat dibedakan atas :

- a. Piutang penjualan (murabahah) dan sewa (ijarah)
- b. Investasi pada
 - 1) Musyarakah
 - 2) Mudharabah
 - 3) Salam
 - 4) Istishna'
 - 5) Persediaan
 - 6) Aktiva yang disewakan

Kualitas piutang penjualan (murabahah) dan sewa (ijarah) didasarkan pada kemampuan membayar, kondisi keuangan dan prospek usaha. Demikian juga kualitas investasi pada musyarakah dan mudharabah dapat

di dasarkan atas tingkat kesesuaian antara realisasi bagi hasil dengan proyeksinya, kondisi keuangan dan prospek usaha.

Dalam pembiayaan mudharabah, bank dapat menolak untuk menanggung risiko, bila ternyata diakibatkan oleh kesengajaan, kelalaian atau pelanggaran oleh nasabah sebagai mudharib. Berdasarkan hal itu maka faktor jaminan dalam pembiayaan mudharabah dapat diperhitungkan untuk menutup risiko tersebut.

Salam dan *istishna'* adalah cara memperoleh barang dengan membayar di muka sedang barangnya akan diterima kemudian, dan bukan aktiva produktif. Oleh karena itu tidak diperlukan perhitungan KAPnya. Sedangkan untuk masalah pencadangannya diatur dalam standar akuntansi sebagaimana unsur aktiva lain (seperti aktiva dalam proses). Demikian pula halnya dengan persediaan dan aktiva yang disewakan.

F. MANAJEMEN LIKUIDITAS BANK SYARIAH

Bank syariah harus membuat analisa arus kas secara periodik pada berbagai skenario dan kondisi pasar. Skenario dapat di variasi tergantung pada kondisi pasar lokal, dan dapat berdasar (a) lingkungan operasi normal, (b) skenario terburuk. Analisa harus memasukkan asumsi mengenai pembayaran kembali modal yang telah di investasikan kepada pemegang deposito PLS. Bank syariah harus menilai pengaruh tingkat ketergantungan mereka terhadap dana dari pemegang rekening.

Salah satu pendekatan manajemen likuiditas yang paling penting adalah kemampuan bank untuk mendapatkan akses ke pasar sekunder seperti pasar modal dan pasar uang antar bank. Yang terakhir umumnya merujuk pada kegiatan peminjaman dan memberi pinjaman untuk periode satu tahun atau kurang. Pasar uang telah menjadi tempat bagi lembaga keuangan dan pemerintah untuk mengelola kebutuhan likuiditas jangka pendek mereka. Jadi bank biasanya berharap untuk memperoleh likuiditas dari kedua sisi neraca mereka dan mempertahankan keberadaan aktif di pasar uang antar bank. Mereka melihat pasar ini sebagai sumber untuk akuisisi *discretionary* dana jangka pendek berdasarkan persaingan suku bunga, sebuah proses yang dapat membantu memenuhi kebutuhan likuiditas mereka (Greuning & Bratanovic, 1999 dalam Dusuki, 2007).

Terdapat berbagai instrumen likuiditas jangka pendek di pasar uang konvensional, yang menawarkan tingkat pengembalian yang berbeda-beda. Instrumen ini termasuk *treasury bills*, sertifikat deposito, *repurchase agreements*, *banker's acceptance*, surat berharga dan deposito uang antar bank (Rosly, 2005). Semua instrumen memiliki karakteristik yang berbeda yang berkaitan dengan jangka waktu mulai dari *overnight* hingga satu tahun. Singkatnya, pasar uang antar bank memungkinkan bank-bank yang surplus untuk menyalurkan dana kepada bank yang defisit menggunakan berbagai instrumen, dengan demikian mempertahankan dan mekanisme pendanaan likuiditas yang diperlukan untuk meningkatkan stabilitas sistem (Fabozzi dan Modigliani, 2003). Namun, sebagian besar instrumen yang digunakan dalam pasar uang antar bank merupakan instrumen dasarnya berbasis bunga. Oleh karena itu, pembentukan pasar uang dengan instrumen sesuai syariah tidak hanya diperlukan untuk kelancaran pertumbuhan industri saat ini tetapi sudah menjadi keharusan.

Upaya awal untuk mengatasi masalah manajemen likuiditas telah berfokus pada penciptaan instrumen hutang jangka pendek dan jangka panjang yang sesuai dengan prinsip Syariah. Hal ini terbukti, di beberapa yurisdiksi, melalui penerbitan instrumen keuangan syariah yang beragam mulai dari kertas jangka pendek untuk obligasi jangka panjang untuk memenuhi kebutuhan likuiditas dan investasi lembaga perbankan Islam. Malaysia menjadi negara pelopor dalam inisiatif tersebut dengan pembentukan Islamic Inter-bank Money Market (IIMM).

Sebelum memanfaatkan instrumen keuangan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas, bank harus menentukan jenis likuiditas yang dibutuhkan dan jenis instrumen yang harus dihentikan. Sebagai contoh kebutuhan likuiditas musiman cocok untuk instrumen keuangan yang sensitif terhadap waktu, kebutuhan likuiditas siklikal cocok untuk *asset* likuid yang telah diperkirakan dengan tepat, dan likuiditas jangka panjang cocok untuk kombinasi *asset* likuid jangka panjang dan menawarkan instrumen hutang jangka pendek kepada bank lain secara bilateral atau melalui pasar uang (Helmen et al., 1994:170).

Instrumen keuangan dapat diterapkan untuk memecahkan kebutuhan likuiditas yang dapat diprediksi dan tidak dapat diprediksi. Untuk mengatasi kebutuhan likuiditas yang tidak diprediksi bank melakukan

beberapa pilihan, seperti: (i) menjual instrumen jangka pendek untuk kebutuhan likuiditas jangka pendek, (ii) menjual instrumen jangka panjang untuk kebutuhan likuiditas jangka pendek, dan (iii) meminjam dana jangka pendek. berkenaan dengan opsi pertama, ada beberapa alternatif seperti sertifikat deposito (NCD), pembelian kembali sertifikat deposito (CD), *banks acceptance* (BA), *treasury bills* (T-bills), sertifikat bank sentral, dan penempatan antar bank. Kemudian kedua, ada obligasi bank sentral lokal dan luar negeri dan obligasi pemerintah *local* dan luar negeri. Ketiga, ada penerbitan jangka pendek surat berharga ke pasar uang, pinjaman bilateral antara bank, dan meminjam dana dari bank sentral.

G. MANAJEMEN PEMBIAYAAN BANK SYARIAH

Manajemen Pembiayaan Bank Syariah adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya yang dilakukan oleh Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dalam hal pemberian fasilitas keuangan/finansial yang kepada pihak lain berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan.

Di samping itu, dalam pelaksanaan pembiayaan, bank syariah memenuhi aspek syar'i dan aspek ekonomi. Yang dimaksud dengan aspek syar'i adalah setiap realisasi pembiayaan kepada nasabah, bank syariah harus tetap berpedoman kepada syariat Islam (antara lain tidak mengandung unsur maisir, gharar, dan riba serta bidang usahanya harus halal. Adapun yang dimaksud dengan aspek ekonomi adalah mempertimbangkan perolehan keuntungan baik bagi bank syariah maupun bagi nasabah (Muhammad, 2005, p, 16).

1. Jenis – Jenis Pembiayaan Bank Syariah

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah (Karim, 2010, p, 234-235).

Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan akad yang digunakan dalam produk pembiayaan syariah, jenis Pembiayaan Modal Kerja (PMK) dapat dibagi menjadi lima macam, yakni:

1) PMK Mudharabah.

Pembiayaan mudharabah adalah perjanjian antara peranan dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembiayaan keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Muhammad. 2005, p, 188).

2) PMK Istishna.

Istishna adalah perjanjian jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan Penjual (Muhammad. 2005, p, 189).

3) PMK Salam

Salam adalah perjanjian jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran harga terlebih dahulu (Muhammad. 2005, p, 189).

4) PMK Murabahah.

Murabahah adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah di mana bank syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah (Muhammad. 2005, p, 189).

5) PMK Ijarah.

Ijarah adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa (Muhammad. 2005, p, 189).

b. Pembiayaan Investasi Syariah

Pembiayaan Investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) beserta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu. Yang dimaksud dengan investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh imbalan/manfaat/keuntungan di kemudian hari, mencakup hal-hal berikut antara lain (Karim, 2008, p, 236-237):

- 1) Imbalan yang diharapkan dari investasi adalah berupa keuntungan dalam bentuk uang.
- 2) Bahan usaha umumnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan berupa uang, sedangkan badan sosial dan badan-badan pemerintah

lainnya lebih bertujuan memberikan manfaat sosial dibandingkan dengan keuntungan.

- 3) Badan-badan usaha yang mendapat pembiayaan investasi dari bank harus mampu memperoleh keuntungan finansial agar dapat hidup dan berkembang serta memenuhi kewajiban kepada bank.

Pembiayaan investasi diberikan kepada nasabah untuk keperluan penambahan modal guna mengadakan rehabilitasi, perluasan usaha ataupun pendirian proyek baru. Ciri-ciri pembiayaan investasi adalah:

- 1) Untuk pengadaan barang-barang modal
- 2) Mempunyai perencanaan yang matang dan terarah.
- 3) Berjangka waktu menengah dan panjang

Melihat luas aspek yang dikelola dan dipantau, maka untuk pembiayaan investasi di Bank Syariah menggunakan skema musyarakah mutanaqishah. Dalam hal ini bank memberikan pembiayaan dengan prinsip penyertaan, dan secara bertahap bank melepaskan penyertaannya, dan pemilik perusahaan nasabah akan mengambil alih kembali porsi penyertaan bank, baik dengan menggunakan dana sendiri sebagai penambahan setoran modal. Skema lain yang dapat digunakan adalah ijarah muntahia bi tamlik, yaitu menyewakan barang modal dengan opsi kepemilikan setelah masa sewa berakhir.

c. Pembiayaan Konsumtif Syariah

Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan atas kebutuhan primer (pokok atau dasar) dan kebutuhan sekunder. Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat dibagi menjadi lima bagian, yaitu (Karim, 2008, p, 244):

- 1) Pembiayaan konsumen akad Murabahah
- 2) Pembiayaan konsumen akad Ijarah
- 3) Pembiayaan konsumen akad Qard + Ijarah
- 4) Pembiayaan konsumen akad IMBT
- 5) Pembiayaan konsumen akad Istishna

Dalam menetapkan akad pembiayaan konsumtif, langkah-langkah yang perlu dilakukan bank adalah sebagai berikut (Karim, 2008, p, 246):

- 1) Apabila kegunaan pembiayaan yang dibutuhkan nasabah adalah untuk kebutuhan konsumtif semata, harus dilihat dari sisi apakah pembiayaan tersebut berbentuk pembiayaan barang atau jasa.
- 2) Jika untuk pembelian barang, faktor selanjutnya yang harus dilihat adalah apakah barang tersebut berbentuk *ready stock* atau *good in process*. Jika *ready stock* pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan murabahah. Namun, jika berbentuk *good in process*, yang harus dilihat berikutnya adalah dari sisi apakah proses barang tersebut memerlukan waktu di bawah enam bulan atau lebih. Jika di bawah enam bulan, pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan salam. Jika proses barang tersebut memerlukan waktu lebih dari enam bulan, pembiayaan yang diberikan adalah istishna.
- 3) Jika pembiayaan tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah di bidang jasa, pembiayaan yang diberikan adalah ijarah.

d. Pembiayaan Sindikasi (Karim, 2008, p, 246-256)

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pada umumnya pembiayaan ini diberikan kepada nasabah korporasi yang memiliki nilai transaksi yang sangat besar. Pembiayaan sindikasi memiliki tiga bentuk yakni:

- 1) *Lead Syndication*, yakni sekelompok bank yang secara bersama-sama membiaya suatu proyek dan dipimpin oleh satu bank yang bertindak sebagai *leader*. Modal yang diberikan masing-masing bank dilebur menjadi satu kesatuan, sehingga keuntungan dan kerugian menjadi hak bersama, sesuai dengan proporsi modal masing-masing.
- 2) *Club Deal*, yakni sekelompok bank yang secara bersama-sama membiayai suatu proyek, tetapi di antara bank yang satu dan bank yang lain tidak mempunyai hubungan kerja sama bisnis dalam arti penyatuan modal. Masing-masing bank membiayai suatu bidang yang berbeda dalam proyek tersebut. Dengan demikian, masing-masing bank akan memperoleh keuntungan sesuai dengan bidang yang

dibiayai dalam proyek tersebut. Jelasnya hubungan antar peserta sindikasi ini hanya sebatas hubungan koordinatif.

- 3) *Sub Syndication*, yakni bentuk sindikasi yang antara suatu bank dengan salah satu bank peserta sindikasi lain dan kerja sama bisnis yang dilakukan keduanya tidak berhubungan secara langsung dengan peserta sindikasi lainnya

e. Pembiayaan berdasarkan *take over*

Salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan bank syariah adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi non syariah yang masih berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah. Dalam hal ini atas permintaan nasabah bank melakukan pengambil alihan hutang nasabah di bank konvensional dengan cara memberikan jasa hiwalah atau dapat juga menggunakan qard, disesuaikan dengan ada atau tidaknya unsur bunga dalam hutang nasabah kepada bank konvensional. Setelah nasabah melunasi kewajibannya kepada bank konvensional, transaksi yang terjadi adalah transaksi antara nasabah dengan bank syariah. Dengan demikian, yang dimaksud dengan pembiayaan *take over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari *take over* terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah (Karim, 2008, p, 248).

f. Pembiayaan *Letter of Credit (L/C)*

Pembiayaan *letter of credit* adalah bentuk pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah. Pada umumnya pembiayaan L/C dapat menggunakan beberapa akad. Untuk pembiayaan L/C Impor Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional 34/DSN-MUI/IX/2002, akad yang dapat digunakan untuk pembiayaan L/C Impor adalah: Wakalah bil Ujah, Wakalah bil Ujah dengan Qardh, Murabahah, Salam atau Istishna dan Murabahah, Wakalah bil Ujah dan Mudharabah, Musyarakah, dan Wakalah bil Ujah dan hawalah. Adapun untuk pembiayaan L/C ekspor. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional 35/DSN-MUI/IX/2002, akad yang dapat digunakan untuk pembiayaan L/C Impor adalah: Wakalah bil Ujah, Wakalah bil Ujah dengan Qardh,

Wakalah bil Ujrah dan Mudharabah, Musyarakah, dan Bai' dan Wakalah (Karim, 2008, p, 252-253).

2. Penentuan Kebijakan Pembiayaan di Bank Syariah.

Penentuan sektor-sektor pembiayaan Bank Syariah ditetapkan bersama oleh Dewan Komisaris, Direksi (termasuk Komite Kebijakan Pembiayaan) serta Dewan Pengawas Syari'ah, baik mengenai jenis maupun besarnya (nilai rupiahnya) sehingga pilihan yang ditentukan diharapkan memenuhi aspek syar'i di samping aspek ekonomisnya.

3. Prinsip-Prinsip Pemberian Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan bank syariah bagian *marketing* harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Di dunia perbankan syariah prinsip penilaian dikenal dengan 5 C + 1 S , yaitu (BPRS PNM Al-Ma'some, 2004, p,7) :

a. *Character*

Yaitu penilaian terhadap karakter atau kepribadian calon penerima pembiayaan dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa penerima pembiayaan dapat memenuhi kewajibannya.

b. *Capacity*

Yaitu penilaian secara subyektif tentang kemampuan penerima pembiayaan untuk melakukan pembayaran. Kemampuan diukur dengan catatan prestasi penerima pembiayaan di masa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas sarana usahanya seperti toko, karyawan, alat-alat, pabrik serta metode kegiatan.

c. *Capital*

Yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh calon penerima pembiayaan yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio finansial dan penekanan pada komposisi modalnya.

d. *Collateral*

Yaitu jaminan yang dimiliki calon penerima pembiayaan. Penilaian ini bertujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu risiko kegagalan

pembayaran tercapai terjadi , maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban.

e. *Condition*

Bank syariah harus melihat kondisi ekonomi yang terjadi di masyarakat secara spesifik melihat adanya keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon penerima pembiayaan. Hal tersebut karena kondisi eksternal berperan besar dalam proses berjalannya usaha calon penerima pembiayaan.

f. *Syariah*

Penilaian ini dilakukan untuk menegaskan bahwa usaha yang akan dibiayai benar-benar usaha yang tidak melanggar syariah sesuai dengan fatwa DSN “Pengelola tidak boleh menyalahi hukum syariah Islam dalam tindakannya yang berhubungan dengan mudharabah.”

4. **Batas-Batas Pemberian Pembiayaan**

Dalam menyalurkan pembiayaan, bank syariah akan memperhatikan batas-batas pemberian pembiayaan. Hal penting yang perlu diperhatikan adalah ketentuan *financing deposit ratio* yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Penentuan batas penyaluran pembiayaan suatu bank syariah sebagaimana yang diatur dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah sebagai berikut: Untuk peminjam dari pihak tidak terkait, batas maksimum pemberian pembiayaannya adalah 30% dari modal bank syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh bank Indonesia. Dan untuk pihak terkait, dalam hal ini yang dimaksudkan adalah pemegang saham yang memiliki 10% atau lebih dari modal disetor bank syariah, anggota dewan komisaris, anggota direksi, keluarga dari persero perorangan, komisaris, dan direksi, pejabat bank lainnya, serta perusahaan yang di dalamnya terdapat kepentingan dari pihak yang di atas, batas maksimum pemberian pembiayaannya 20% dari modal bank syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Di samping memperhatikan kebijakan otoritas moneter dalam menentukan batas maksimum pemberian pembiayaan (BMPP), bank syariah juga memperhatikan kebijakan internal bank dalam memberikan pembiayaan. Hal ini berkaitan dengan masalah kecepatan pengambilan keputusan. Pada prinsipnya yang memiliki kewenangan memutus suatu

permohonan pembiayaan adalah (Pejabat) kantor pusat. namun jika seluruh permohonan diajukan ke kantor pusat, akan terjadi *over loaded* pada suatu unit kerja dan kekosongan pada unit kerja lainnya yang pada akhirnya pembiayaan tidak tersedia secara “*on time*”. Sehubungan dengan itu untuk limit/plafon dalam jumlah tertentu, kantor pusat mendelegasikan wewenang memutus kepada (Pejabat) Kanwil dan kantor cabang serta kantor cabang pembantu (Rivai, 2010, p, 782).

H. MANAJEMEN DANA BANK SYARIAH

Manajemen dana bank Syariah adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga dana bank Syariah dalam mengelola atau mengatur posisi dana yang diterima dari aktivitas *funding* untuk disalurkan kepada aktivitas *financing*, dengan harapan bank yang bersangkutan tetap mampu memenuhi kriteria-kriteria likuiditas, rentabilitas dan solvabilitas (Muhammad, 2002). Manajemen dana bank Syariah mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Memperoleh profit yang optimal.
- b. Menyediakan akhir cair dan kas yang memadai.
- c. Penyimpan cadangan.
- d. Mengelola kegiatan-kegiatan lembaga ekonomi dengan kebijakan yang pantas bagi seseorang yang bertindak sebagai pemelihara dana-dana orang lain.
- e. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan pembiayaan (Ascarya, 2008, p,112).

Bank Syariah dirancang untuk melakukan fungsi pelayanan sebagai lembaga keuangan bagi para nasabah dan masyarakat. Untuk itu bank Syariah harus mengelola dana yang dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Kekayaan bank Syariah dalam bentuk:
 - a. Kekayaan yang menghasilkan (Aktiva Produktif) yaitu pembiayaan untuk debitur serta penempatan dana di bank atau investasi lain yang menghasilkan pendapatan.
 - b. Kekayaan yang tidak menghasilkan yaitu kas dan inventaris (harga tetap).

2. Modal bank Syariah, berasal dari:
 - a. Modal sendiri yaitu simpanan pendiri (modal), cadangan dan hibah, infaq/shadaqah.
 - b. Simpanan/hutang dari pihak lain.
3. Pendapatan usaha keuangan bank Syariah berupa bagi hasil dari pembiayaan yang diberikan dan biaya administrasi serta jasa tabungan bank Syariah di bank.
4. Biaya yang harus dipikul oleh bank Syariah yaitu biaya operasi, biaya gaji, manajemen, kantor dan bagi hasil simpanan nasabah penabung. Untuk mengatasi hal tersebut pihak bank Syariah dapat melakukan kegiatan manajemen sebagai berikut (Muhmmad, 2014, p, 114):

1. Rencana Keuangan (*Budgeting*)
2. Batasan dan Pengukuran atas :
 - a. Struktur Modal
 - b. Pemeliharaan Likuiditas
 - c. Pengawasan Efisiensi
 - d. Rentabilitas
 - e. Aktiva Produktif (Pembiayaan)

1. Sumber-Sumber Dana Bank Syariah

a. Modal inti (*core capital*)

Modal ini merupakan dana modal sendiri yaitu dana yang berasal dari para pemegang saham bank, yakni pemilik bank. Pada umumnya dana modal inti terdiri dari :

- 1) Modal yang disetor oleh pemegang saham
- 2) Cadangan-cadangan
- 3) Laba ditahan

b. Kuasi Ekuitas (*Mudharabah Account*)

Bank menghimpun dana berbagi hasil atas dasar prinsip mudharabah, yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengusaha (*mudharib*) untuk melakukan suatu usaha bersama dan pemilik dana tidak boleh mencampuri pengelolaan bisnis sehari-hari. Berdasarkan prinsip ini dalam kedudukannya sebagai *mudharib*, bank menyediakan jasa bagi para investor berupa :

- 1) Rekening investasi umum
- 2) Rekening investasi khusus
- 3) Rekening tabungan Mudharabah
- 4) Dana Titipan (wadhah/*non remunerated* deposit)

Dana titipan adalah dana pihak ketiga yang dititipkan pada bank, yang umumnya berupa giro atau tabungan. Menurut Zainul Arifin, dana titipan wadhah ini dikembangkan dalam bentuk rekening giro wadhah dan rekening tabungan wadhah.

2. Penggunaan Dana Bank

Alokasi penggunaan dana bank Syariah pada dasarnya dapat dibagi dalam dua bagian penting dari aktiva bank, yaitu :

a. *Earning Assests* (aktiva yang menghasilkan)

Asset bank yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Asset ini disalurkan dalam bentuk investasi yang terdiri dari :

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (Mudharabah)
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan (Musyarakah)
- 3) Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli (Al Bai'i)
- 4) Pembiayaan berdasarkan prinsip sewa (Ijarah, Ijarah Iqtina, & IMBT)
- 5) Surat-surat berharga Syariah dan investasi lainnya

b. *Non Earning Assets* (aktiva yang tidak menghasilkan) (Arifi, 2002, p, 53-59)

Seperti aktiva dalam bentuk tunai, pinjaman (Qard), penanaman dana dalam aktiva tetap dan inventaris.

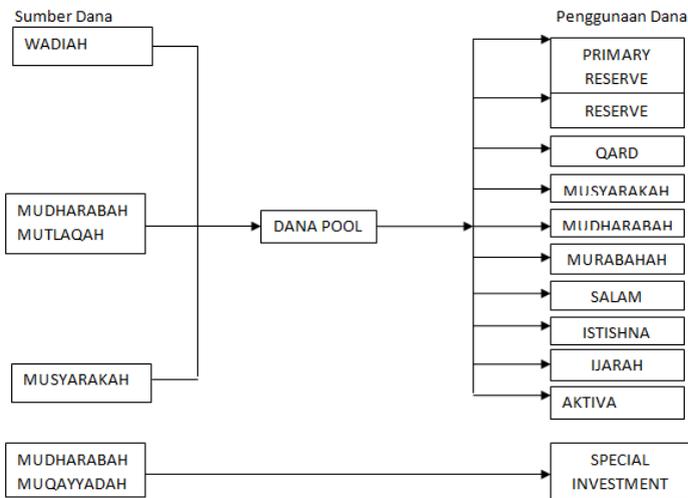
c. Pendekatan Alokasi Dana Bank

Cara penempatan alokasi dana oleh suatu bank dengan mempertimbangkan sumber dana yang diperolehnya terdiri atas dua pendekatan yang masih banyak dipergunakan atau dipilih oleh eksekutif bank, yaitu :

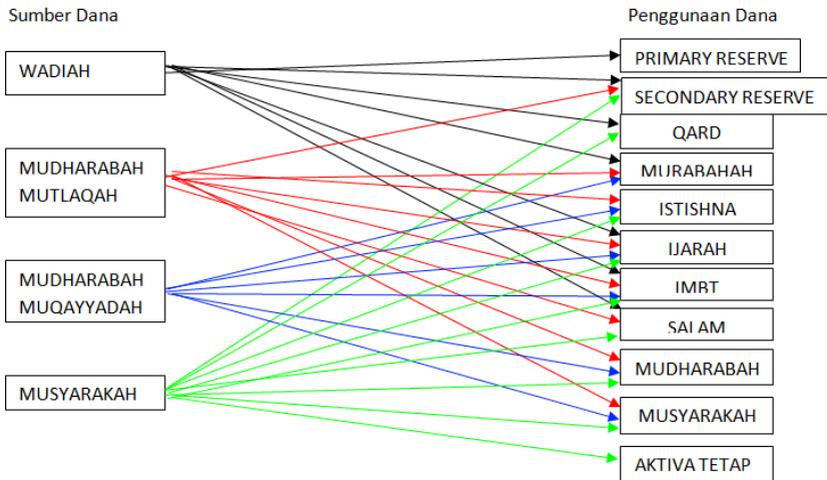
- 1) *Pool of fund approach* ialah penempatan dana bank dengan tidak memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan sumber dana, seperti sifat, jangka waktu dan tingkat harga perolehannya.

- 2) *Asset allocation approach* ialah penempatan dana ke berbagai aktiva dengan mencocokkan masing-masing sumber dana terhadap jenis alokasi dana yang sesuai dengan sifat, jangka waktu dan tingkat harga perolehan sumber dana tersebut (Dendawijaya, 2009, p, 54).

Secara skematis sumber dan penggunaan dana berdasarkan pusat pengumpulan dana (*pool of fund approach*) digambarkan pada skema berikut :



Secara khusus, sumber-sumber penerimaan dana dapat dialokasikan pada sisi-sisi pembiayaan. Secara skematis diagram sumber dan penggunaan dana berdasarkan pendekatan Alokasi aktiva (*Asset Allocation Approach*) dapat digambarkan sebagai berikut (Muhammad, 2014, p, 127-128):



Dari bagan di atas dapat diterangkan bahwa:

- 1) Wadiah adalah titipan dari nasabah kepada pihak bank di mana pihak bank bertanggung jawab untuk menjaga dan mengembalikan kapan saja penyimpan menghendakinya.
- 2) MudharabahMutlaqoh adalah sistem mudharabah di mana pemilik modal memberikan penuh kepada pengelola untuk menggunakan modal tersebut dalam usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan.
- 3) MudharabahMuqayadah adalah pemilik modal menyerahkan modal kepada nasabah dan menentukan syarat serta pembatasan kepada pengelola dalam menggunakan modal tersebut.
- 4) Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan Bersama (Ascarya, 2004, p, 89).
- 5) *Primary Reserve* adalah sumber utama bagi likuiditas bank terutama untuk menghadapi kemungkinan terjadinya penarikan nasabah bank, baik berupa penarikan dan masyarakat yang disimpan pada bank tersebut maupun kredit.
- 6) *Secondary Reserve* adalah cadangan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas yang bersifat jangka pendek seperti penarikan

simpanan oleh nasabah deposan dan pencairan kredit dalam jumlah besar yang telah diperkirakan.

- 7) Qard adalah pinjaman kebajikan tanpa imbalan biasanya untuk pembelian barang-barang *fungible* (yaitu barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).
- 8) Murabahah adalah akad penyediaan barang berdasarkan *system* jual beli, di mana bank memberikan kebutuhan nasabah (barang) dan menjual kembali kepada nasabah ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama.
- 9) Salam adalah akad jual beli suatu barang di mana harganya dibayar dengan segera (pada saat akad disepakati) sedangkan barangnya akan diserahkan kemudian dalam jangka waktu yang disepakati.
- 10) Ijarah adalah pembiayaan bank untuk pengadaan barang ditambah keuntungan yang disepakati dengan sistem pembayaran sewa tanpa diakhiri dengan kepemilikan (Karim, 2008, p, 102).
- 11) Aktiva Tetap adalah pembiayaan untuk debitur serta penempatan dana di bank atau investasi lain yang menghasilkan pendapatan.

Tabel Perbandingan Antara Manajemen Dana dengan Metode *Fool of Fund Approach* dan *Asset Allocation Approach*

<i>Fool of Fund Approach</i>	<i>Asset Allocation Approach</i>
Kelebihan	Kelebihan
<ul style="list-style-type: none"> ○ Perhitungan biaya <i>relative</i> sederhana. ○ Pengelolaannya tidak kompleks. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mengalihkan penekanan likuiditas kepada profitabilitas. ○ Jumlah rata-rata cadangan likuiditas mengalami penurunan sehingga alokasi dana dapat dialihkan lebih banyak pada penyaluran pembiayaan dan penanaman modal pada surat-surat berharga yang memiliki keuntungan lebih tinggi.
Kelemahan	Kelemahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak diberikan dasar untuk memperkirakan standar likuiditas. 2. Tidak terdapat pertimbangan terhadap perubahan giro, tabungan, deposito, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan mengenai jumlah likuiditas dilakukan berdasarkan perkiraan atau perputaran simpanan. 2. Bisa terjadi kelebihan likuiditas yang

<p>dan sumber lainnya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Mengabaikan likuiditas yang berasal dari portofolio kredit/pembiayaan melalui pembayaran cicilan terus menerus. 4. Memperkecil peranan cadangan sekunder sebagai sumber likuiditas. 5. Mengabaikan kenyataan mengenai kemampuan bank untuk memperoleh laba dari operasinya. 6. Mengabaikan peran interaksi aktiva dan pasiva dalam penyediaan likuiditas secara musiman. 	<p>menyebabkan keuntungan berkurang.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Portofolio kredit dianggap sama sekali tidak likuid sehingga kredit tidak dianggap sebagai sumber likuiditas yang potensial. 4. Keputusan mengenai manajemen aktiva pasiva dibuat secara independen.
---	---

d. Sumber dan Alokasi Pendapatan

1) Sumber Pendapatan Bank Syariah

Sesuai dengan akad-akad penyaluran pembiayaan di bank Syariah, maka hasil penyaluran dana tersebut dapat memberikan pendapatan bank. Sumber pendapatan bank Syariah dapat diperoleh dari :

- Bagi hasil atas kontrak mudharabah dan kontrak musyarakah.
- Keuntungan atas kontrak jual-beli (al Ba'i).
- Hasil sewa atas kontrak ijarah dan ijarah wa iqtina.
- Fee dan biaya administrasi atas jasa-jasa lainnya.

2) Pembagian Keuntungan (*Profit Distribution*)

Pendapatan-pendapatan yang dihasilkan dari kontrak pembiayaan, setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional, harus dibagi atau didistribusikan antara pihak bank dengan penyandang dana, yaitu nasabah investasi, para penabung, dan para pemegang saham sesuai dengan nisbah bagi-hasil yang diperjanjikan. Berdasarkan kesepakatan mengenai nisbah bagi-hasil antara bank dengan para nasabah tersebut, bank akan mengalokasikan penghasilannya dengan tahap-tahap sebagai berikut :

- Tahap pertama : bank menetapkan jumlah *relative* masing-masing dana simpanan yang berhak atas bagi-hasil usaha bank menurut tipenya, dengan cara membagi setiap tipe dana-dana dengan seluruh jumlah dana-dana yang ada pada bank dikalikan 100%.

- Tahap kedua : bank menetapkan jumlah pendapatan bagi-hasil bagi masing-masing tipe dengan cara mengkalikan persentase (jumlah *relative*) dari masing-masing dana simpanan pada huruf a dengan jumlah pendapatan bank.
- Tahap ketiga : bank menetapkan porsi bagi-hasil untuk masing-masing tipe dana simpanan sesuai dengan nisbah yang diperjanjikan.
- Tahap keempat : bank harus menghitung jumlah *relative* biaya operasional terhadap volume dana, kemudian mendistribusikan beban tersebut sesuai dengan porsi dana dari masing-masing tipe simpanan.
- Tahap kelima : bank mendistribusikan bagi-hasil untuk setiap pemegang rekening menurut tipe simpanannya sebanding dengan jumlah simpanannya (Muhammad, 2014, p, 129).

I. MANAJEMEN RISIKO BANK SYARIAH

Manajemen Risiko diartikan sebagai rangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha Bank. Menurut Hampel, et.al (1994:88) risiko perbankan dipengaruhi oleh lingkungan, sumber daya manusia, layanan keuangan, dan neraca (Hamdan & Wijaya, 2006). Adapun manajemen risiko dalam bank syariah meliputi :

1. Manajemen risiko modal (*Capital Risk*)

Risiko yang berhubungan dengan perbankan adalah risiko modal (*capital risk*) yang merefleksikan tingkat *leverage* yang dipakai oleh bank. Salah satu fungsi modal adalah melindungi para penyimpan dana terhadap kerugian yang terjadi pada bank. Untuk menghindari adanya risiko-risiko yang akan terjadi dari segi kecukupan modal bank syariah, maka perlu diadakan manajemen risiko modal. Manajemen risiko bertujuan agar bank dapat mengoptimalkan hasil usaha dan mempertahankan modal agar selalu berada pada tingkat aman, baik dari segi praktek perbankan yang sehat maupun dari sudut pandang regulator.

Kualitas hasil usaha mengacu pada komposisi tingkat, kecenderungan dan stabilitas laba. Laba merupakan ukuran keberhasilan manajemen dan di sisi lain memberikan rasa aman bagi pemasok dana. Hasil usaha

ditentukan oleh faktor ekstern dan faktor intern bank. Sebagian besar faktor eksternal di luar kendali manajemen maka faktor internal menjadi lebih penting. Salah satu alat ukur kinerja bank adalah *Return On Average Assets* (ROAA) yaitu net *income* dibagi *average assets*. Modal bank memberi keyakinan kepada kreditur yang akan menempatkan / meminjamkan dananya bahwa dana tersebut akan dibayar sesuai dengan perjanjian.

Risiko modal berkaitan dengan kualitas aset. Bank yang menggunakan sebagian besar dananya untuk mendanai aset yang berisiko perlu memiliki modal penyangga yang besar untuk sandaran bila kinerja aset-aset itu tidak baik (Muhammad, 2005, p, 358).

Modal Bank adalah Modal inti (*Primary reserve*) dan Modal Cadangan/penyangga (*Secondary reserve*). Yang mana modal inti yaitu Saham umum dan saham preferen, sedangkan modal cadangan yaitu cadangan untuk kredit macet dan untuk pinjaman subordinasi. Sejak Desember 2001 regulator menetapkan bank wajib menyediakan total modal sebesar 8% dari Asset Tertimbang Menurut Risiko untuk kredit. ATMR kredit ditetapkan:

- a. 20% untuk kredit kurang lancar
- b. 50% untuk kredit diragukan
- c. 100% untuk kredit macet

Apabila bank memiliki tingkat kredit bermasalah (macet) yang tinggi maka dibutuhkan modal yang memadai untuk menyerap kemungkinan rugi yang timbul atau bank berencana meningkatkan aktivitasnya melalui akuisisi maka diperlukan tambahan modal untuk mendukung semuanya itu.

2. Manajemen Risiko Pembiayaan

a. Risiko Pembiayaan Murabahah

Murabahah adalah transaksi penjualan dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati (Hayati, 2014, p, 174). Murobahah adalah akad yang paling dominan dalam lembaga keuangan Islam. Karena murabahah telah terstandarisasi maka karakteristik risikonya dapat diibaratkan dengan pembiayaan berbasis bunga. Masalah

lain dalam murobahah adalah terlambatnya pembiayaan oleh pihak ketiga, sedangkan pihak bank tidak dapat menuntut kompensasi yang melebihi harga atas apa yang telah disepakati, gagalnya pembayaran sesuai waktu akan mengakibatkan bank mengalami kerugian.

b. Risiko Pembiayaan Salam

Salam berasal dari kata *As Salaf* artinya pendahuluan, karena pemesanan barang menyerahkan uangnya di muka. Salam dapat didefinisikan sebagai transaksi atau akad jual beli, di mana barang yang diperjualbelikan belum ada ketika transaksi, dan pembeli melakukan pembayaran di muka, sedangkan penyerahan akan diberikan di kemudian hari.

Dalam akad salam terdapat dua *counterparty risk* yang sering terjadi, yaitu :

- 1) *Counterparty risk* dapat muncul dari kegagalan *supply* pada waktu yang telah disepakati, atau kegagalan *supply* pada kualitas dan kuantitas yang sama dalam kesepakatan. Ketika salam adalah akad untuk pembiayaan *sector* pertanian misalnya, *counterparty risk* mungkin terjadi karena faktor-faktor yang berada di luar kualitas kredit nasabah secara normal. Misalnya, kualitas kredit nasabah mungkin sangat bagus, namun *supply* barang tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati karena bencana alam (Muhammad, 2014, p, 222).
- 2) Akad salam bisa dilakukan melalui pertukaran resmi dan dapat dilakukan tanpa tempat yang khusus. Akad ini harus tertulis antara kedua belah pihak. Dengan demikian akad salam diakhiri dengan pengiriman secara fisik dan kepemilikan. Komoditas ini tentunya memerlukan inventori, yang mengharuskan bank syari'ah dan lembaga keuangan Islam untuk menanggung biaya penyimpanan dan harga risiko lainnya, di mana biaya tersebut merupakan suatu yang unik bagi bank syari'ah atau lembaga keuangan islam lainnya.

c. Risiko Pembiayaan Istishna'

Dalam pembiayaan *istishna'*, *counterparty risk* memiliki sifat yang spesifik dalam lembaga keuangan islam. Dan hal yang mendominasi di

dalamnya adalah dari sisi *supplier*, sebagaimana yang terjadi dalam akad salam. Dari pihak *supplier* memiliki wewenang atas atas berjalannya kontrak secara operasional. Terlebih lagi, pihak ini yang juga menentukan wujud tidaknya suatu *counterparty risk* melalui pembatalan kontrak. Selain itu, risiko kegagalan yang terjadi adalah berkaitan dengan kualitas dan waktu pengiriman. Namun, objek dari istishna' lebih mendapatkan kontrol dari pihak ketiga dan kurang dihadapkan pada bencana alam jika dibandingkan dengan akad salam. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa *counterparty risk* dari subkontraktor istishna walaupun besar, akan tetapi lebih rendah apabila dibandingkan dengan akad salam.

Kemudian risiko kegagalan (*default risk*) yang muncul adalah melalui sisi pembeli, ini yang menjadikan sifat alamiah atau dapat dikatakan kegagalan untuk membayar secara penuh dan tepat waktu. Perihal yang demikian tidak jauh bedanya dari akad murabahah. Pembatalan kontrak yang dilakukan nasabah serta gagal menunda waktu pengiriman, ini akan menjadikan risiko tambahan yang harus ditanggung oleh lembaga keuangan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa risiko-risiko ini muncul dari ketergantungan lembaga keuangan terhadap para pengembang, kontraktor, perusahaan manufaktur, dan *supplier*, kecuali apabila lembaga keuangan tersebut telah memiliki spesialisasi (Muhammad, 2002, p, 368).

d. Risiko Pembiayaan Mudharabah

Kontrak mudharabah yang dijalankan oleh lembaga keuangan islam, merupakan suatu peluang investasi yang mengandung risiko tinggi. Sebab model kontrak tersebut sarat dengan *assymetric information*. Asimetrik informasi adalah kondisi yang menunjukkan sebagian investor mempunyai informasi dan lainnya tidak memilikinya. Asimetrik informasi yang dilakukan agen dalam kontrak keuangan biasanya berbentuk moral *hazard* dan *adverse selection*. Dalam kontrak mudharabah, ketika proses produksi dimulai, maka agen akan menunjukkan etika baiknya atas tindakan yang telah disepakati bersama. Namun, setelah berjalan, muncul tindakan yang tidak terkendali, yaitu moral *hazard* dan *adverse selection* (etika pengusaha yang secara melekat tidak diketahui oleh pemilik modal). Hal ini juga di argumenkan bahwa mudharabah menunjukkan suatu kekuatan

kontrak untuk memilih (investasi), ketika pada awalnya agen mengontrol proyek dan menikmati hak untuk membuat keputusan berkenaan dengan investasi dan distribusi berdasarkan arus kas. Ini memberikan kebebasan dengan penuh kepada pengusaha atas aset, untuk dikelola sendiri tanpa menanggung risiko kerugian yang diakibatkan karena kerugian keuangan. Dengan kondisi yang demikian, menunjukkan bahwa pengusaha sebagai agen bebas dan dapat bertindak sendirinya. Oleh karena itu, kualitas dan karakteristik personal mudharib diharapkan menjadi kriteria penting untuk kontrak mudharabah.

3. Manajemen Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas antara lain disebabkan bank tidak mampu memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo. Bank memiliki dua sumber utama bagi likuiditasnya, yaitu aset dan liabilitas (Arifin, 2006, p, 60). Likuiditas penting bagi bank untuk menjalankan transaksi bisnisnya sehari-hari, mengatasi kebutuhan dana yang mendesak, memuaskan permintaan nasabah akan pinjaman dan memberikan fleksibilitas dalam meraih kesempatan investasi menarik dan menguntungkan. Likuiditas yang tersedia harus cukup, tidak boleh terlalu kecil sehingga mengganggu kebutuhan operasional sehari-hari, tetapi juga tidak boleh terlalu besar karena akan menurunkan efisiensi dan berdampak pada rendahnya profitabilitas.

Likuiditas secara luas dapat di definisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dana (*cash flow*) dengan segera dan dengan dana yang sesuai.. Besar kecilnya risiko dipengaruhi oleh:

- a. Kecermatan perencanaan arus kas (*cash flow*) atau arus dana (*fund flow*) berdasarkan prediksi pembiayaan dan prediksi pertumbuhan dana-dana. Termasuk mencermati tingkat fluktuasi dana (*volatili of funds*)
- b. Ketepatan mengatur struktur dana-dana termasuk kecukupan dana-dana non bagi hasil
- c. Ketersediaan aset yang siap dikonversikan menjadi dana segar

4. Manajemen Risiko Operasional

Risiko operasional adalah risiko akibat kurangnya (*deficiencies*) sistem informasi atau sistem pengawasan internal yang akan menghasilkan kerugian yang tidak diharapkan. Risiko ini mencakup kesalahan manusia (*human error*), kegagalan sistem, dan ketidakcukupan prosedur dan kontrol yang akan berpengaruh pada operasional bank. Dalam manajemen risiko ada beberapa komponen yang relevan dengan risiko operasional yaitu sistem informasi, pengawasan internal, kesalahan manusiawi (*human error*), kegagalan sistem, dan ketidakcukupan prosedur dan kontrol.

Muhammed al Faisal menyatakan khususnya bagi Bank Islam, yang sangat diperlukan adalah: *good governance, transparency, and accounting standard*. Dan istilah yang sering digunakan dalam manajemen risiko:

- a. *Hazard*: kondisi yang potensial menyebabkan terjadinya kerugian dan kerusakan
- b. *Exposure*: sumber-sumber yang besar kemungkinannya diakibatkan oleh kejadian yang sudah terjadi, lembur, atau pengulangan kejadian yang sama
- c. *Probability*: kemungkinan bahwa suatu *event* akan terjadi
- d. *Risk*: kemungkinan kerugian dari *hazard*, diperhitungkan dari kemungkinan dan kehebatan kerugian selama periode tertentu
- e. *Risk control*: tindakan yang dirancang untuk mengurangi risiko, seperti perubahan prosedur, perbaikan fasilitas, *supervise* ekstra dan sebagainya.
- f. *Risk management*: pengambilan keputusan yang rasional dalam keseluruhan proses penanganan risiko
- g. *Gambling*: pengambilan keputusan risiko tanpa *assessment* yang rasional atau *prudent* atau keterlibatan manajemen risiko

5. Manajemen Risiko Hukum

Risiko hukum adalah terkait dengan risiko bank yang menanggung kerugian sebagai akibat adanya tuntutan hukum, kelemahan dalam aspek legal atau yuridis. Kelemahan ini diakibatkan antara lain oleh ketiadaan peraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan

perikatan seperti tidak terpenuhinya syarat-syarat syahnya kontrak dan pengikatan agunan yang tidak sempurna. Perbedaan akad atau kontrak keuangan memunculkan risiko proses dokumentasi dan pelaksanaan hukum. Belum adanya standarisasi kontrak dan tidak adanya sistem peradilan untuk menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan pelaksanaan kontrak akan meningkatkan risiko hukum.

6. Manajemen Risiko Reputasi

Risiko reputasi adalah risiko yang timbul akibat adanya publikasi negatif yang terkait dengan kegiatan usaha bank atau karena adanya persepsi negatif terhadap bank. Hal-hal yang sangat berpengaruh pada reputasi bank antara lain adalah; manajemen, pelayanan, ketaatan pada aturan, kompetensi, *fraud* dan sebagainya.

7. Manajemen Risiko Strategis

Risiko yang timbul karena adanya penetapan dan pelaksanaan strategi usaha bank yang tidak tepat, pengambilan keputusan bisnis yang tidak tepat atau kurang responsifnya bank terhadap perubahan-perubahan eksternal. Indikasi dari risiko strategis ini dapat dilihat dari kegagalan bank dalam mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.

8. Manajemen Risiko Kepatuhan

Risiko Kepatuhan adalah risiko yang timbul akibat tidak dipatuhinya atau tidak dilaksanakannya peraturan-peraturan atau ketentuan-ketentuan yang berlaku atau yang telah ditetapkan baik ketentuan internal maupun eksternal.

Ketentuan intern berkaitan dengan aturan-aturan tertentu yang merupakan kebijakan yang ditetapkan manajemen, sedangkan ketentuan eksternal adalah ketentuan yang ditetapkan pemerintah, Otoritas Moneter (Bank Indonesia) dan Dewan Syariah Nasional MUI.

J. MANAJEMEN KESEHATAN BANK SYARIAH

1. Aspek Pemodalán (*Capital*)

Penilaian pertama adalah aspek permodalan (*capital*) suatu bank. Dalam aspek ini yang di nilai adalah permodalan yang dimiliki oleh bank yang didasarkan kepada kewajiban penyediaan modal minimum bank. Penilaian tersebut didasarkan kepada CAR (*Capital Adequacy Ratio*), yang telah ditetapkan BI. Perbandingan Rasio CAR adalah Rasio Modal terhadap aktiva tertimbang menurut risiko (AMTR). Sesuai ketentuan yang telah ditetapkan pemerintah, maka CAR perbankan untuk tahun 2002 minimal 8%. Bagi bank yang memiliki CAR di bawah 8% harus memperoleh perhatian dan penanganan yang serius untuk segera di perbaiki. Penambahan CAR untuk mencapai seperti yang ditetapkan memerlukan waktu, sehingga pemerintah pun memberikan waktu sesuai dengan ketentuan. Apabila sampai waktu yang telah ditentukan, target CAR tidak tercapai, maka bank yang bersangkutan akan dikenakan sanksi.

2. Aspek Kualitas Aset (*Assets*)

Aspek yang kedua adalah mengukur kualitas *asset* bank. Dalam hal ini upaya yang dilakukan adalah untuk menilai jenis-jenis *asset* yang dimiliki oleh bank. Penilaian *asset* harus sesuai dengan peraturan oleh Bank Indonesia dengan memperbandingkan antara aktiva produktif yang diklasifikasikan terhadap aktiva produktif. Kemudian rasio penyisihan penghapusan aktiva produktif terhadap aktiva produktif diklasifikasikan. Rasio ini dapat dilihat dari neraca yang telah dilaporkan secara berkala kepada bank Indonesia.

Analisis atas *assets quality* dilakukan untuk memastikan kualitas aset yang dimiliki bank dan nilai riil dari aset tersebut. Kemerossotan kualitas dan nilai aset merupakan sumber erosi terbesar bagi bank. Aktiva produktif adalah penanaman dana pada pihak terkait dan pihak tidak terkait. Penilaian kualitas aset merupakan penilaian terhadap kondisi aset bank dan kecukupan manajemen risiko kredit/pembiayaan. Penilaian pendekatan kuantitatif dan kualitatif faktor kualitas aset antara lain dilakukan melalui penilaian terhadap komponen-komponen yang terkait penanaman dana. Rasio-rasio keuangan yang digunakan dalam penilaian kualitas aset adalah:

- 1) Rasio Kualitas Aktiva Produktif (KAP) digunakan untuk mengukur aktiva produktif bank. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin baik kualitas aktiva yang dimiliki oleh bank.

$$\text{KAP} = \frac{\text{PPAP yang dibentuk}}{\text{PPAP wajib}} \times 100 \%$$

PPAP wajib

- 2) *Non-Performing Financing* (NPF) yaitu untuk mengukur tingkat permasalahan pembiayaan yang dihadapi oleh bank. Semakin tinggi rasio ini, menunjukkan bahwa kualitas pembiayaan semakin tidak sehat. Rumus perhitungan NPF adalah sebagai berikut:

$$\text{NPF} = \frac{\text{Pembiayaan bermasalah (KL, D, M)}}{\text{Total Pembiayaan}} \times 100 \%$$

Total Pembiayaan

3. Aspek Kualitas Manajemen (Management)

Dalam aspek ini yang di nilai adalah manajemen permodalan, kualitas aktiva, umum, rentabilitas, dan manajemen likuiditas. Penilaian didasarkan kepada jawaban dari 250 pertanyaan yang diajukan mengenai manajemen bank yang bersangkutan.

4. Aspek Earning

Kegunaan aspek ini juga untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan provitabilitas yang dicapai bank yang bersangkutan. Rentabilitas adalah hasil perolehan dari investasi (penanaman modal) yang dikatakan dengan persentase dari besarnya investasi. Rasio-rasio keuangan yang digunakan dalam penilaian rentabilitas bank adalah:

- 1) ROA (*Return on Assets*) adalah rasio laba sebelum pajak dalam 12 bulan terakhir terhadap rata-rata volume usaha dalam periode yang sama. ROA menggambarkan perputaran aktiva yang diukur dari volume penjualan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100 \%$$

Total Aktiva

- 2) BOPO (Beban Operasional Pendapatan Operasional) adalah perbandingan antara biaya operasional dengan pendapatan operasional dalam mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya. Dalam hal ini perlu diketahui

bahwa usaha utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Sehingga beban bunga dan hasil bunga merupakan porsi terbesar bagi bank.

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Biaya (Beban) Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100 \%$$

5. Aspek Likuiditas (*Liquidity*)

Aspek likuiditas adalah penilaian terhadap kemampuan bank untuk memelihara dan memenuhi kebutuhan likuiditas yang memadai dan kecukupan manajemen risiko likuiditas. Bank dikatakan likuid apabila mempunyai alat pembayaran berupa harta lancar lebih besar dibandingkan dengan seluruh kewajibannya.

1) *Loan to Deposit Ratio* (LDR)

2) *Loan to Assets Ratio* (LAR)

$$\text{LAR} = \frac{\text{Jumlah Kredit yang diberikan}}{\text{Jumlah Aset}} \times 100 \%$$

K. RANGKUMAN MATERI

Bank syariah terus berkembang sejak tahun 1992 hingga sekarang dengan diperkuat oleh UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Manajemen operasional bank syariah membahas tentang kinerja dan optimalisasi masing-masing bagian dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Berkaitan dengan itu, maka adanya *Job description* dan *job spesification* kedua hal ini sangat penting dalam sistem operasional di bank syariah. Modal bank Syariah, berasal dari Modal sendiri yaitu simpanan pendiri (modal), cadangan dan hibah, infaq/shadaqah dan Simpanan/hutang dari pihak lain. Salah satu pendekatan manajemen likuiditas yang paling penting adalah kemampuan bank untuk mendapatkan akses ke pasar sekunder seperti pasar modal dan pasar uang antar bank. Manajemen Pembiayaan Bank Syariah adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya yang dilakukan oleh Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dalam hal pemberian fasilitas keuangan/finansial yang kepada pihak lain berdasarkan prinsip-prinsip

syariah untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan. Manajemen dana bank Syariah adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga dana bank Syariah dalam mengelola atau mengatur posisi dana yang diterima dari aktivitas *funding* untuk disalurkan kepada aktivitas *financing*, dengan harapan bank yang bersangkutan tetap mampu memenuhi kriteria-kriteria likuiditas, rentabilitas dan solvabilitas. Adapun manajemen risiko dalam bank syariah meliputi Manajemen risiko modal (*Capital Risk*), Manajemen Risiko Pembiayaan, Manajemen Risiko Likuiditas, Manajemen Risiko Operasional, Manajemen Risiko Hukum, Manajemen Risiko Reputasi, Manajemen Risiko Strategis, Manajemen Risiko Kepatuhan. Terakhir, Manajemen Kesehatan Bank Syariah terdiri dari Aspek Pemodalangan (*Capital*), Aspek Kualitas Aset (*Assets*), Aspek Kualitas Manajemen (*Management*), Aspek *Earning*, Aspek Likuiditas (*Liquidity*).

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan alur sejarah Undang-Undang Perbankan Syariah di Indonesia!
2. Jelaskan perbedaan *Job description* dan *job spesification*!
3. Jelaskan sumber modal bank syariah dan cara mengukur Kesehatan bank syariah!
4. Jelaskan fungsi likuiditas bagi bank syariah!
5. Jelaskan:
 - a. Perbedaan Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah!
 - b. Penyaluran Dana Bank Syariah!
 - c. Risiko Pembiayaan pada Murabahah dan Istishna!

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim. 2008. Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Arifin, Zainul. 2002. Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah. Jakarta: Alfabeta bekerja sama dengan Tazkia Institut.
- Ascarya. 2008. Akad Dan Produk Bank Syariah. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- BPRS PNM Al-Ma'soem, 2004, Kebijakan Manajemen Pembiayaan Bank Syariah. Bandung: BPRS PNM Al-Ma'some.
- Burhanuddin S, 2010, Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dendawijaya, Lukman. 2009. Manajemen Perbankan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dusuki Dr. Asyraf Wajdi, Commodity Murabahah Programme (CMP): An Innovative Approach to Liquidity Management, *Paper Published in Journal of Islamic Banking, Volume 3, No. 1.*
- Lukman Dendawijaya, 2009, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Ghalia Indonesia).
- Muhamad. 2002. Manajemen Bank Syariah. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- _____. 2014. Manajemen Dana Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Pers. Cet. 1.
- _____, 2005, Manajemen Bank Syariah, Unit Penerbit dan Percetakan (UPP), Yogyakarta.
- _____, 2004. Manajemen Dana Bank Syariah, Yogyakarta: Ekonisia.
- _____, 2005, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik, Jakarta: Gema Insani.
- Mursyid, Prihantono dan Basyaib, Hamid, 1993, Bank Tanpa Bunga, Mitra Gema Widya, Yogyakarta.
- Soemitra Andri. 2009. Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Sri Nur Hayati, 2014, Akuntansi Syari'ah di Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Sumar'in, 2012, Konsep Kelembagaan Bank Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar Hamdan & Andi Wijaya, Analisis Komperatif Resiko Keuangan BPR Konvensional dan BPR Syariah, Jurnal manajemen & bisnis Sriwijaya Vol. 4, No. 7 Juni 2006
- Veithal Rivai, Arviyan Arifin, 2010, Islamic Banking: Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Zainul Arifin, 2002, Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah, (Jakarta: Alvabeta bekerja sama dengan Tazkia Institut).

BAB
12

PERBANKAN INTERNASIONAL

David Syam Budi Bakroh, S.E., SST, MPP.

Politeknik Keuangan Negara STAN, BPPK, Kemenkeu

A. PENDAHULUAN

Gangguan pada perekonomian nasional dapat menyebabkan masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap perbankan. hal ini dikenal dengan istilah Bank *Panic*. Apabila terjadi kepanikan tersebut, maka masyarakat akan ramai-ramai menarik uangnya dari bank titik dalam kondisi tersebut maka perbankan akan mengalami kesulitan likuiditas baik dalam skala mikro maupun makro. Permasalahan pada sektor perbankan dapat merembet pada sektor riil. Hal ini dikarenakan sektor perbankan merupakan lembaga intermediasi yang makro. Permasalahan menyediakan sumber pembiayaan bagi investor. Apabila masyarakat panik dan menarik uangnya dari bank maka bank akan kekurangan likuiditas dan pada saat yang bersamaan para investor akan semakin sulit untuk mendapatkan sumber permodalan. Dalam jangka panjang apabila tidak ada investor yang melakukan investasi khususnya dalam pembangunan infrastruktur maka dapat dipastikan pembangunan di suatu negara akan terhambat titik oleh karena itu penting bagi kita untuk memahami faktor-faktor likuiditas dari suatu perbankan dan kaitannya dengan hal-hal yang terjadi di pada dunia internasional.

B. SUBPRIME CRISIS DAN LIKUIDITAS PERBANKAN

Krisis keuangan global yang dimulai pada tahun 2007 di Amerika Serikat telah menyebar ke berbagai penjuru dunia dan menyebabkan kerusakan yang parah terhadap perekonomian secara umum dan sektor perbankan pada khususnya. Ada beberapa faktor mikro dan makro ekonomi yang mempengaruhi terjadinya krisis tersebut faktor makro ekonomi di antaranya adalah kebijakan pengetatan moneter oleh Bank Sentral Amerika (The FED) Khususnya antara tahun 2001 dan 2004 dan terjadinya arus modal masuk yang sangat besar dari China ke Amerika. Dari sisi Mikro Ekonomi penyebab krisis keuangan global adalah terkait dengan perilaku para pelaku ekonomi khususnya dunia perbankan titik pada saat itu dunia perbankan secara intensif mengembangkan inovasi Krisis keuangan dan sekuritisasi Aset khususnya aset properti .

Besarnya arus modal yang masuk dari Cina telah membuat sistem keuangan di Amerika sangat tergantung terhadap aliran modal tersebut. Hal ini menyebabkan dunia perbankan di Amerika kurang berhati-hati dalam melakukan kebijakan investasi Sebagai contoh, pada umumnya perbankan di Amerika berusaha mendapatkan *return* yang lebih tinggi dengan konsekuensi risiko yang lebih tinggi pula. Bank-bank di Amerika banyak memberikan fasilitas kredit kepada rumah tangga yang berisiko pada umumnya mereka disebut orang-orang ninja (*no job, no income*). Sebagaimana kita ketahui bahwa suku bunga acuan di Amerika Serikat termasuk salah satu yang terendah di dunia titik oleh karena itu dengan adanya ketersediaan modal yang luar biasa besar dunia perbankan dengan mudah menyalurkan uang tersebut kepada nasabah walaupun mereka merupakan nasabah yang berisiko tinggi. Selain itu Para investor pada umumnya menganggap bahwa nilai properti akan terus naik. Hal ini menyebabkan perbankan lebih mudah menggelontorkan kredit pada sektor properti dengan jaminan hipotek karena mereka menyadari nilai properti tidak akan pernah turun dan terus naik (*buble*).Sayangnya, keyakinan dunia perbankan tersebut salah titik hal ini dibuktikan dengan jatuhnya nilai properti yang selama ini terus menerus *buble* sampai tahun 2006.

Di sisi lain adanya ketersediaan sumber permodalan yang besar tersebut telah membuat para investor dengan mudah mengajukan kebutuhan pembiayaan pada tingkat bunga yang rendah. Hal ini menyebabkan jumlah investor yang berhutang kepada bank semakin terus bertambah. Dari sisi konsumen rumah tangga, mereka Banyak yang mengajukan fasilitas pembiayaan Perumahan kepada bank. jumlah pengajuan pinjaman tersebut demikian masif sehingga membuat dunia perbankan mempertimbangkan Bagaimana solusi terbaik untuk memfasilitasi kebutuhan pembiayaan Perumahan tersebut dengan instrumen pembiayaan yang ada.. atas dasar tersebut maka dunia perbankan memutuskan untuk menciptakan suatu instrumen pembiayaan baru dengan melakukan sekuritisasi aset atau yang kita sebut sebagai *mortgage loan*.

Sekuritisasi aset tersebut pada awalnya berjalan mulus, sampai akhirnya terjadi *bubble* pada nilai properti. Dalam hal ini investor menganggap bahwa nilai sekuritas yang diterbitkan oleh lembaga keuangan itu lebih rendah daripada harga yang ditawarkan di pasar atau yang kita sebut sebagai *over pricing, under value*. Jangan teori permintaan dan penawaran apabila suatu produk dianggap *overprice* maka secara umum akan lebih sedikit orang yang membeli sekuritas tersebut, dan nilainya akan jatuh. Untuk lebih memahami bagaimana proses jatuhnya nilai *mortgage loan* dan keterkaitannya dengan sekuritisasi aset, buku ini akan menjelaskannya secara bertahap yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pertama

Pada tahap pertama, bank akan mengalihkan sebagian aset ke *Special Purpose Vehicle*. Aset-aset yang dialirkan tersebut tidak hanya aset-aset dengan kategori baik tapi juga aset-aset dengan kategori buruk. apabila kedua aset tersebut digabung dalam sebuah sekuritas, maka investor tidak akan menyadari bahwa sebenarnya sekuritas tersebut merupakan kombinasi dari sekuritas dengan *underlying asset* baik dan buruk. Ketika sekuritas tersebut sudah diperdagangkan di pasar sekunder maka investor global sulit untuk mendeteksi proses sekuritas sekuritisasi aset tersebut. hal ini dikarenakan perusahaan *Special Purpose Vehicle* itu berlokasi di negara-negara yang sulit dijangkau Secara geografis sebagai contoh negara-negara di Kepulauan Pasifik. Perusahaan buatan atau yang kita

kenal sebagai *Special Purpose Vehicle* tersebut kemudian akan mentransformasi aset yang dialihkan menjadi sebuah sekuritas yang kita kenal dengan nama *Asset Backed Securities*. Sekuritas yang baru ini merupakan sekuritas turunan dengan *underlying asset* nya adalah *loan* dan *Mortgage Backed Securities*, termasuk di dalamnya adalah *Subprime Mortgage*.

Sebelum perusahaan SPV tersebut mendaftarkan *Asset Backed Securities* tersebut di Bursa maka mereka perlu mendapatkan *rating* dari perusahaan pemeringkat efek. Perusahaan pemeringkat efek akan menilai sekuritas ABS ke dalam beberapa kategori yaitu *senior*, *mezzanine*, dan *equity/subordinatif*. Kategorisasi ini didasarkan pada tingkat risiko dan pengembalian untuk setiap jenis instrumen. sekuritas ABS dengan kategori subordinatif adalah sekuritas dengan risiko yang paling tinggi namun memberikan peluang paling tinggi. Oleh karenanya sekuritas dengan kategori subordinatif biasanya diterbitkan dengan penjamin *originator* atau bank yang gang pertama kali menerbitkan *subprime mortgage*. Proses ini seolah-olah menggambarkan bahwa bank penerbit pada mulanya membentuk SPV untuk menerbitkan ABS.

Pada umumnya perusahaan induk tidak diperkenankan membeli instrumen keuangan yang diterbitkan Oleh perusahaan anak. Namun dalam hal inovasi penerbitan sekuritas baru tersebut hal ini dimungkinkan dengan cara perusahaan induk mengambil peran sebagai penjamin atau *underwriter* pada saat penerbitan ABS oleh SPV. Setelah absen tersebut terjual di pasar sekunder maka uang hasil penjualan tersebut akan mengalir dari SPV ke perusahaan induk apabila kita melihat neraca perusahaan induk maka seolah-olah aset-aset berisiko sudah ditransfer ke SPV sehingga risiko kredit dari perusahaan induk seolah-olah turun. pada saat yang bersamaan perusahaan induk menerima tambahan pemasukan setoran modal dari SPV yang berada nun jauh di sana. sebelum terjadinya krisis keuangan Global praktik seperti ini berada dalam wilayah abu-abu. Maksudnya, Otoritas bursa di Amerika atau SEC tidak mengatur secara detail proses sekuritisasi aset tersebut.

2. Tahap Kedua

Tahap kedua dalam proses sekuritisasi aset melibatkan pembentukan SPV (sebut saja SPV Ke-2) oleh bank *originator*. SPV yang dibentuk oleh bank *originator* akan bertindak sebagai pembeli ABS dan MBS yang diterbitkan oleh SPV sebelumnya (sebut saja SPV Ke-1). SPV Ke-2 ini akan melakukan sekuritisasi ABS dan MBS yang baru saja mereka beli untuk kemudian mencantumkannya sebagai kewajiban dalam neraca perusahaan yang selanjutnya disebut *Collateralized Debt Obligation* (CDO). *Underlying* aset dari penerbitan CDO tersebut adalah aset berupa ABS dan MBS yang mereka beli dari SPV Ke-1. Padahal, ABS dan MBS tersebut merupakan portofolio dari aset-aset yang berisiko tinggi. Proses sekuritisasi tahap kedua ini disebut *collateralization*. Perusahaan yang memiliki wewenang untuk memberikan rating terhadap sekuritas tersebut dapat saja keliru dalam memberikan *rating*. Hal ini dikarenakan sekuritisasi tahap kedua memiliki *underlying asset* yang jelas. hal ini memberikan kepercayaan yang lebih kepada perusahaan pemeringkat efek sehingga sekuritas yang mereka terbitkan seolah-olah merupakan sekuritas dengan risiko rendah titik dari sudut pandang investor, sekuritas dengan risiko rendah tentunya akan mendapat *rating* yang baik dan laris di pasar.

3. Tahap Ketiga

Tahap ketiga dalam proses sekuritisasi aset melibatkan *Structured Investment Vehicle* (SIV). Seperti halnya SPV, SIV merupakan badan hukum dengan kapitalisasi dan struktur permodalan yang tidak terlalu besar. Setelah SIV membeli CDO, maka SIV akan menerbitkan Commercial Paper pada umumnya dengan jangka pendek. Hal ini berarti bahwa SIV sebagai pembeli sekuritas dari SPV Ke-2 akan mendapatkan pendanaan jangka pendek untuk membeli CDO yang bersifat jangka panjang. Oleh karenanya, dapat kita ketahui bahwa SIV mengalami *maturity mismatch*. Pada saat *Subprime Mortgage Crisis* terjadi, sudah pasti SIV akan mengalami masalah likuiditas yang akut.

C. LESSON LEARNED

Dunia perbankan di Indonesia dapat belajar dari permasalahan likuiditas yang dialami oleh perbankan di Amerika titik Beberapa pelajaran berharga yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Perlunya untuk melakukan *asesment* yang berkualitas dan transparan terhadap kualitas aset yang diterbitkan oleh bank *originator*.
2. Perlunya memperhatikan kesesuaian antara aset dan kewajiban yang muncul dalam neraca perusahaan penerbit sekuritas.
3. Perlunya pengawasan terhadap perusahaan yang saling berafiliasi antara satu dengan lainnya, misal perusahaan anak dan induk. Otoritas perlu memastikan bahwa perusahaan induk tidak diperkenankan membeli sekuritas yang diterbitkan oleh perusahaan anak. Selain itu perusahaan induk juga tidak diperkenankan untuk mendanai secara langsung penerbitan sekuritas oleh anak perusahaan.

D. REGULASI DI INDONESIA TERKAIT LIKUIDITAS PERBANKAN

(Handayani, 2018) Pengalaman krisis tahun 2008 menunjukkan bahwa permodalan yang kuat tidak menjamin Bank mampu bertahan menghadapi krisis. Kesulitan yang dihadapi sebagian besar Bank pada saat itu disebabkan antara lain oleh ketidakmampuan Bank dalam memenuhi standar terkait prinsip dasar pengukuran dan penerapan manajemen risiko likuiditas. Oleh karena itu kerangka Basel III yang dikeluarkan oleh Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) menyempurnakan kerangka permodalan yang ada (Basel II). Berdasarkan ketentuan Basel III setiap Bank diwajibkan memenuhi *Net Stable Funding Ratio* (NSFR) yang diharapkan dapat memperkuat sisi kesehatan dan daya tahan individual bank dalam menghadapi krisis.

Sebagai tindak lanjut kewajiban penerapan NSFR, OJK telah menerbitkan POJK No: 50/POJK.03/2017 Tentang Kewajiban Pemenuhan Rasio Pendanaan Stabil Bersih yang bertujuan mengurangi risiko likuiditas terkait sumber pendanaan untuk jangka waktu yang lebih panjang dengan mensyaratkan bank untuk mendanai aktivitas dengan sumber dana stabil yang memadai dalam rangka mitigasi risiko kesulitan pendanaan pada masa depan.

Kewajiban pemenuhan NSFR sebagai upaya pengelolaan likuiditas ini merupakan bagian dari pengawasan mikro *prudensial* yang menjadi kewenangan OJK, yang juga berkaitan dengan kebijakan makro *prudensial* yang menjadi kewenangan Bank Indonesia. Dalam hal Bank mengalami kesulitan likuiditas, maka Bank Indonesia sebagai *lender of the last resort*.

E. KEBIJAKAN MONETER DAN CROSS BORDER BANK LENDING

(Gantiah, 2014) Bank merupakan lembaga keuangan perantara (*intermediary*) yang dapat menghimpun dan mengalokasikan dana dari atau kepada masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan aset dan liabilitas memiliki keterkaitan yang erat dengan likuiditas bank. Kesulitan likuiditas pada suatu bank dapat menjalar pada bank lain sehingga menimbulkan risiko sistemik.

Cadangan likuiditas suatu bank pada umumnya merupakan jaminan atau tindakan berjaga-jaga atas kemungkinan terjadinya kewajiban membayar akibat peningkatan penarikan dana maupun peningkatan giro wajib minimum (GWM). Perilaku pengelolaan aset dan liabilitas perbankan di Indonesia saat ini mengindikasikan adanya likuiditas yang cukup banyak (surplus *liquidity*). Kelebihan ini diserap oleh bank sentral melalui kebijakan moneter dengan pendekatan pasar atau non pasar. Pasar uang antar bank (PUAB) atau disebut juga *interbank call money market* merupakan tempat terjadinya transaksi pinjam meminjam dana antara bank dengan bank lain untuk memenuhi kebutuhan likuiditas maupun menempatkan likuiditas jangka pendek karena *gap* likuiditas harian.

F. INTRAGROUP FUNDING

(Reinhardt, 2016) Seiring berjalannya waktu, Globalisasi dari pasar keuangan sudah mengubah banyak hal terkait pasar uang antar bank. Dalam dunia yang modern seperti saat ini maka Ketika suatu bank membutuhkan likuiditas, bank tersebut memiliki alternatif mendapatkan sumber likuiditas tidak hanya dari perbankan dalam negeri tetapi juga dari perbankan luar negeri. oleh karena itu, *cross-border bank lending* dapat berupa *interbank funding* dan *intragroup funding*. Berdasarkan data sejak tahun 1998 sampai dengan 2011, *intragroup funding* lebih sering dilakukan ketimbang *interbank funding*. Berdasarkan penelitian yang

dilakukan oleh Reinhardt, *intragroup funding* yang terjadi antara satu perusahaan domestik dengan perusahaan lain yang berlokasi di luar negeri tidak banyak dipengaruhi oleh perubahan kondisi makro ekonomi di tingkat global. *Intragroup funding* lebih banyak dipengaruhi oleh kebijakan moneter di negara bank peminjam (domestik). Selama krisis Keuangan Global (GFC), bank domestik yang mempunyai afiliasi perbankan di luar negeri cenderung membutuhkan lebih banyak dukungan likuiditas dari bank afiliasi tersebut. Dari sudut pandang pemberi bantuan, bank afiliasi tersebut juga mendapat beberapa keuntungan ketika memberikan bantuan likuiditas kepada bank domestik dengan masalah likuiditas.

Intragroup funding sangat sensitif terhadap faktor-faktor Global dengan respon yang bersifat *counter cyclical*. Dalam kondisi normal, apabila secara global pertumbuhan ekonomi membaik, maka terjadi *intragroup funding* dari bank domestik (*subsidiary*) ke bank luar negeri (*parent*). Dari penelitian sebelumnya faktor yang mempengaruhi arus permodalan dari dan ke luar negeri lebih banyak dipengaruhi oleh tingkat suku bunga global. Reinhardt menemukan fakta bahwa bank luar negeri (*parent*) memanfaatkan bank domestik yang terafiliasi dengannya sebagai sumber pendanaan untuk menutupi kekurangan likuiditas yang disebabkan karena perubahan kebijakan moneter di negara bank "*parent*" berada. Hal ini sedikit berbeda dalam kondisi krisis. Bank "*parent*" cenderung kesulitan untuk membantu bank "*subsidiary*".

Menarik untuk dikaji ketika kita mengetahui bahwa dalam sistem pinjam meminjam antar bank yang terafiliasi sangat ditentukan oleh dua kondisi yaitu krisis dan perubahan kebijakan moneter. dalam kondisi krisis pihak yang diuntungkan adalah bank Induk di mana bank tersebut akan memanfaatkan bank-bank yang memiliki afiliasi dengannya sebagai sumber pendanaan untuk menutupi kebutuhan likuiditas dalam jangka pendek. Apabila kita melihat kondisi Indonesia maka secara kasatmata kita bisa menyimpulkan bahwa tidak banyak perbankan di Indonesia yang berperan sebagai perusahaan induk. Hal ini karena itu dalam kondisi krisis arus permodalan yang terjadi adalah arus modal keluar dari Indonesia ke luar negeri. Miris, Indonesia sebagai bangsa dan negara yang besar masih belum memiliki kapasitas yang memadai untuk menjaga stabilitas Sistem perbankan pada saat krisis.

G. KEBIJAKAN MONETER EKSPANSIF DAN BANK LENDING

Dalam kacamata makro ekonomi, ada kaitan yang erat antara tingkat suku bunga dengan bank *lending*. Apabila Bank Sentral menaikkan tingkat suku bunga atau yang kita kenal dengan kebijakan moneter kontraktif maka mau tidak mau dunia perbankan harus mengikuti kenaikan tingkat suku bunga tersebut titik Hal ini akan mengakibatkan secara makro tingkat suku bunga *lending* di tingkat konsumen akan jauh lebih tinggi dibandingkan kenaikan tingkat suku bunga yang dilakukan oleh bank sentral. hal yang sama berlaku Sebaliknya apabila pemerintah memutuskan untuk melakukan kebijakan moneter yang bersifat ekspansif.

Dalam kebijakan Moneter yang bersifat ekspansif, akan sangat dipengaruhi dengan level suku bunga yang ada pada suatu negara titik tingkat suku bunga diibaratkan sebuah amunisi titik di mana ketika kondisi ekonomi memburuk maka Bank Sentral harus memiliki amunisi yang cukup untuk mengintervensi pasar. Apabila suatu negara memiliki tingkat suku bunga yang cukup tinggi, seperti halnya Indonesia, maka negara tersebut memiliki amunisi yang cukup untuk mengintervensi pasar uang ketika ekonomi tidak kondusif. hal ini berbeda dengan negara-negara maju di dunia, Di mana, mereka pada umumnya memiliki tingkat suku bunga yang sangat rendah, bahkan untuk beberapa negara memiliki real *interest rate* yang negatif. negara-negara maju seperti Amerika dan Jepang pada saat ini dapat dikatakan tidak memiliki amunisi yang cukup untuk mengintervensi pasar. Hal ini dikarenakan negatif real *interest rate*.

Ada kalanya agar ekonomi suatu negara dapat membaik mau tidak mau otoritas perlu menelan pil pahit. pil pahit ini berupa kebijakan moneter yang bersifat kontraktif. tentunya hal ini sangat tidak disukai oleh politisi. mereka lebih senang kebijakan moneter yang sifatnya ekspansif walaupun itu membutuhkan biaya yang sangat tinggi titik kebijakan seperti ini pernah dilakukan di Amerika Serikat pada masa kepemimpinan Paul Volcker pada tahun 1981. Degan sadar, dia mengambil kebijakan moneter kontraktif pada masa krisis yang mengakibatkan ekonomi Amerika semakin jatuh . Mulanya, banyak membencinya karena kebijakan tersebut dianggap mempersulit kehidupan rakyat. Namun, dalam waktu beberapa tahun setelah kebijakan tersebut diterapkan, efeknya mulai

terasa. Bank Sentral Amerika mulai memiliki ruang yang cukup untuk mengintervensi pasar karena tingkat suku bunga mulai merangkak naik.

Pelajarannya, tidak ada yang gratis untuk sembuh. Kita harus menelan obat dari dokter. Dan jelas, pada umumnya obat itu rasanya pahit.

H. COVID-19 DAN FENOMENA CREDIT CRUNCH

(Putri, 2020) *Credit Crunch* adalah keengganan perbankan menyalurkan kredit karena tidak ada permintaan. Jika dipaksa memberikan kredit, kemungkinan akan berdampak pada kredit macet dan memunculkan masalah likuiditas pada 2021. Perbankan lebih selektif dalam menyalurkan kredit, karena dibayangi oleh permasalahan persepsi risiko yang tinggi. Sehingga bank enggan untuk menyalurkan kredit. Salah satu alasan yang membuat bank enggan melakukan menyalurkan kredit ke dunia usaha, disebabkan karena aktivitas ekonomi dunia usaha belum kembali normal.

Kelesuan perekonomian tentunya akan berdampak bagi lembaga keuangan seperti bank dan lembaga pembiayaan dalam memberikan kredit. Dalam kondisi perekonomian yang lesu, lembaga keuangan (LK) akan mengalami kondisi apa yang disebut sebagai *Credit Crunch*. Pemahaman *Credit Crunch* secara praktis adalah terjadinya penurunan aktivitas pinjaman yang disebabkan karena LK mengalami kelangkaan sumber dananya. Kelangkaan sumber dana bagi LK bisa berupa dana pihak ketiga (DPK) bagi bank, dan *line of credit* bagi lembaga pembiayaan lainnya. Kelangkaan tersebut bisa juga terjadi ketika harus meminjam dana dari luar negeri (*offshore loan*) untuk ekspansi kreditnya. Di lain pihak dalam kondisi krisis peningkatan sumber dana juga tidak bisa naik secara signifikan. Hal lain yang menyebabkan terjadinya *Credit Crunch* ketika bank dan lembaga pembiayaan lainnya memperketat persyaratan kreditnya. Permintaan syarat kredit yang ketat akan mengurangi permintaan kredit. dengan kondisi pandemi Covid-19 masing-masing negara akan membatasi pemberian kredit, sehingga bisa terjadi kelangkaan sumber dana secara global.

(Buera, 2020) Kontraksi kredit yang berasal dari pengetatan batasan agunan telah menyebabkan resesi dan penurunan *Return on Asset* (ROA) yang aman. Dalam ekonomi moneter, ROA tidak boleh negatif, sehingga

negatif dari tingkat inflasi adalah batas bawah dari pengembalian riilnya. Jika kontraksi kredit cukup besar, maka perekonomian memasuki perangkap likuiditas. Dalam hal ini, deflasi terjadi jika kebijakan bersifat pasif. Masalah Deflasi ini dapat diperburuk dengan adanya problem dalam pemberian jaminan, terciptanya deflasi atas utang dan tentu akan memperburuk resesi.

Selain itu, Kontraksi kredit akan menciptakan pengangguran jika gaji/upah diasumsikan *rigid*. Kebijakan pemerintah untuk yang menghindari deflasi jelas diperlukan. Kebijakan ini memang menstabilkan harga dan *output*, tetapi memiliki efek samping, yaitu pemulihan yang lambat. Mekanisme penentuan inflasi akan berbeda secara substansial ketika otoritas kebijakan memutuskan tingkat suku bunga berada di kisaran nol persen. Apabila jauh dari batas nol persen, akan berlaku mekanisme moneter standar. Tetapi pada batas nol, yang terpenting adalah saldo total kewajiban luar negeri. Inflasi akan dapat dikendalikan hanya jika pemerintah mengatur tingkat bunga riil agar tidak terlalu negatif.

(Hartomo, 2020) Virus Corona atau Covid-19 telah memukul keras perekonomian seluruh negara, tak terkecuali Indonesia. Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa virus Corona telah memukul dua sisi sekaligus. "Memukulnya pada dua sisi sekaligus yaitu sisi *demand* sisi permintaan dan sisi suplai penawaran". Covid-19 telah membuat masyarakat berpenghasilan tetap dan mapan membatasi tindakan konsumsi. *Demand* yang belum kuat membuat permintaan kredit pun belum kuat atau tumbuh relatif rendah.

(Wirjawan, 2020) Dari sisi kebijakan moneter, upaya yang sudah dilakukan untuk melakukan pelonggaran kuantitatif (dengan penurunan batas Giro Wajib Minimum sebesar Rp 170 triliun dan pembelian instrumen di pasar sekunder sebesar Rp 330 triliun) masih dianggap belum bisa menciptakan likuiditas baru yang diperlukan oleh sektor riil agar bisa dilakukannya pembenahan atau restrukturisasi terhadap pinjaman di perbankan nasional. Pertumbuhan kredit di sekitar 6% di tahun 2019, walaupun tingkat suku bunga sudah menurun secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, juga menunjukkan keterbatasan likuiditas di dalam negeri.

(Krisna, 2020) ada beberapa hal yang mungkin bisa dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam rangka meminimalkan potensi terjadinya *Credit Crunch* antara lain sebagai berikut;

Pertama, agar Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) dapat memberlakukan kembali skema penjaminan penuh (*blanket guarantee*) seluruh simpanan di bank. Ini lebih banyak membantu untuk meningkatkan kepercayaan kepada para penyimpan dana di bank. Kepercayaan tersebut penting dan menjadi sangat berharga. Masyarakat semakin tenang karena simpanannya terjamin dan dijamin. Bagi kalangan perbankan tentunya akan lebih terjamin dari penarikan dana secara masif. Ide tidak populer juga bisa dilakukan dengan penundaan pembayaran premi bagi bank. Minimal memberikan tambahan sumber dana, meskipun tidak seberapa.

Kedua, sementara bantuan likuiditas dan subsidi bunga belum memungkinkan, sebaiknya LK tetap memberikan layanan pembiayaan. Sebut saja sebagai gerakan melawan *credit crunch*. Bank Indonesia telah menurunkan giro wajib minimumnya (GWM) yang memungkinkan adanya kelonggaran tarik untuk ekspansi kredit. Sebagai informasi, hal ini sudah dilakukan oleh Bank Indonesia.

I. RANGKUMAN MATERI

Permasalahan pada sektor perbankan dapat merembet pada sektor riil. Gangguan pada perekonomian nasional dapat menyebabkan masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap perbankan. Hal ini dikenal dengan istilah Bank *Panic*. Hal ini akan sangat mempengaruhi likuiditas sektor perbankan. Beberapa kejadian yang pernah sangat berdampak pada likuiditas sektor perbankan di Indonesia adalah *Subprime Crisis* dan COVID-19. Untuk mengatasi kekeringan likuiditas, perbankan dapat melakukan *interbank funding* dan *intragroup funding*. Realitasnya, *intragroup funding* lebih sering digunakan pada perbankan yang memiliki afiliasi di luar negeri.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Mengapa *Subprime Mortgage Crisis* yang terjadi di Indonesia dapat berdampak signifikan ke Indonesia? Padahal, Indonesia dan Amerika terpaut ribuan mil.
2. Mengapa Pemerintah Indonesia perlu waspada dengan fenomena *intragroup funding* antar perbankan yang berafiliasi?
3. Bank Indonesia telah menurunkan giro wajib minimum. Mengapa hal ini masih belum efektif dalam mendorong daya beli masyarakat?
4. Jelaskan kebijakan OJK untuk menghadapi fenomena sekuritisasi aset dengan cara-cara yang tidak benar!
5. OJK yang bukan merupakan Bank, telah mengadopsi prinsip-prinsip yang terdapat dalam Basel III. Mengapa hal ini terjadi? Apakah ada kaitannya dengan rencana penerbitan Basel IV?

DAFTAR PUSTAKA

- Albrizio, S., Choi, S., Furceri, D., & Yoon, C. (2020). International bank lending channel of monetary policy. *Journal of International Money and Finance*, 102, 102124. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2019.102124>
- Buera, F. J., & Nicolini, J. P. (2020). Liquidity traps and monetary policy: Managing a credit crunch. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 12(3), 110–138. <https://doi.org/10.1257/mac.20170040>
- Cantika Adinda Putri. (2020). Bos BI Ungkap “Penyakit” Credit Crunch Perbankan Saat Pandemi. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201028190129-17-197827/bos-bi-ungkap-penyakit-credit-crunch-perbankan-saat-pandemi>
- Chiaramonte, L. (2018). *Bank Liquidity and the Global Financial Crisis - The Causes and Implications of Regulatory Reform*. Palgrave Macmillan. <https://www.palgrave.com/gp/book/9783319943992>
- Hartomo, G. (2020). Covid-19 Pukul Dua Sisi Perekonomian Indonesia, Suplai dan Demand : Okezone Economy. <https://economy.okezone.com/read/2020/05/06/320/2209985/covid-19-pukul-dua-sisi-perekonomian-indonesia-suplai-dan-demand>
- Handayani, T., & Abubakar, L. (2018). Regulasi Pengelolaan Likuiditas Bank melalui Kewajiban Penerapan Net Stable Funding Ratio (NSFR) sebagai Upaya Menciptakan Perbankan yang Sehat. *Varia Justicia*, 14(1), 10–20. <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v14i1.2039>.
- Putra, D. A. (n.d.). Indonesia Masuk 10 Besar Negara Pemilik Utang Asing Terbesar, ini Respons Pemerintah | merdeka.com. 2020. Retrieved October 30, 2020, from <https://www.merdeka.com/uang/indonesia-masuk-10-besar-negara-pemilik-utang-asing-terbesar-ini-respons-pemerintah.html>
- Reinhardt, D., Riddiough, S. J., Barr, D., Brooke, M., Calomiris, C., Cerutti, E., Corte, P. Della, Hoggarth, G., Van Lelyveld, I., Niepmann, F.,

- Newton, J., Russ, K., Sarno, L., & Riddiough, S. (2016). The Two Faces of Cross-Border Banking Flows.
- Wirjawan, G. (2020). Kebutuhan dan kecepatan pemulihan ekonomi menghadapi pandemi Covid-19 di Indonesia - Strategic Review. <https://sr.sgpp.ac.id/post/pemulihan-ekonomi>
- Wijaya, K. (2020). Pandemi Covid-19 dan Credit Crunch. LPPI No. 01/06. 2020.
- Wuryandani, G., Ginting, R., Iskandar, D., & Sitompul, Z. (2014). PENGELOLAAN DANA DAN LIKUIDITAS BANK. Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan, 16(3), 247–276. <https://doi.org/10.21098/bemp.v16i3.45>
- World Bank. (2020). International Debt Statistics | Data. <https://data.worldbank.org/products/ids>

BAB
13

MANAJEMEN RISIKO BANK

Dr [C.] Eko Sudarmanto, S.E., M.M., CRA. CRP.

Universitas Muhammadiyah Tangerang [UMT] Indonesia

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan dewasa ini dihadapkan dengan berbagai risiko yang semakin kompleks akibat kegiatan usaha bank yang semakin beragam sehingga menuntut industri perbankan untuk menerapkan manajemen risiko guna meminimalisasi risiko yang terkait dengan kegiatan usahanya. Implementasi manajemen risiko perbankan di Indonesia disesuaikan sejalan dengan standar baru global yang dikeluarkan oleh Bank for International Settlement (BIS) dengan konsep permodalan baru tentang kerangka perhitungan modal lebih sensitif terhadap risiko (*risk sensitive*) serta memberikan peningkatan kualitas manajemen risiko perbankan atau yang lebih dikenal dengan Basel II (penyempurnaan dari Basel I), sebagaimana diadopsi oleh Bank Indonesia melalui peraturan 2 Nomor 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum agar perbankan Indonesia dapat beroperasi secara lebih berhati-hati dan penerapannya disesuaikan dengan tujuan, kebijakan usaha, ukuran dan kompleksitas usaha serta kemampuan bank dalam hal keuangan, infrastruktur pendukung maupun sumber daya manusia. Dengan ketentuan ini, bank diharapkan mampu melaksanakan seluruh

aktivitasnya secara terintegrasi dalam suatu sistem pengelolaan risiko yang akurat dan komprehensif. Melalui implementasi Basel II pula diharapkan dapat meningkatkan aspek manajemen risiko agar bank semakin resisten terhadap perubahan-perubahan yang terjadi baik di dalam negeri, regional maupun internasional (Bank Indonesia, 2003). Bank Indonesia juga menuntut dewan komisaris dan direksi setiap bank memahami rangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank. Tujuannya adalah agar perbankan di Indonesia terhindar dari risiko likuiditas atau krisis yang dapat berdampak pada sistem perekonomian dan perbankan menjadi tidak stabil.

Praktik manajemen risiko di perbankan dapat menggunakan berbagai alternatif penilaian profil risiko. Standar Basel II menawarkan beberapa alternatif pendekatan risiko dalam menghitung kebutuhan modal yang sesuai dengan profil risiko bank (Goyal, 2010). Dengan mengadopsi Standar Basel II, Bank Indonesia menggunakan 8 (delapan) jenis alternatif penilaian profil risiko yang wajib dikelola dan dilaporkan oleh bank-bank di Indonesia yang meliputi penilaian risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, risiko likuiditas, risiko hukum, risiko strategis, risiko reputasi dan risiko kepatuhan.

Penerapan manajemen risiko sektor perbankan di samping menjadi suatu kebutuhan dalam meningkatkan kinerja usaha bank, juga merupakan suatu keharusan sesuai ketentuan Surat Edaran dari Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan. Pengelolaan risiko dan proses penerapan manajemen risiko di perbankan Indonesia tentu menghadapi permasalahan tentang bagaimana mengelola manajemen risiko pada bank agar fungsi utama intermediari perbankan tetap konsisten dan terpadu. Implementasi Standar Basel II yang lebih memfokuskan peningkatan kualitas manajemen risiko di setiap profil risiko, merupakan suatu nilai lebih bagi pengendalian risiko perbankan. Namun demikian, tentu masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh perbankan di Indonesia baik langsung maupun tidak langsung yang akan berdampak pada efektivitas penerapan manajemen risiko tersebut.

B. JENIS-JENIS RISIKO BANK

Manajemen risiko sebenarnya bukan hanya di sektor perbankan, namun juga harus diterapkan di berbagai sektor lainnya. Faktor risiko yang dipertimbangkan tentunya berbeda antara suatu sektor dengan sektor lainnya, serta aktivitas yang satu dengan aktivitas yang lainnya. Di dalam sektor perbankan, manajemen risiko menjadi sesuatu yang sangat menarik untuk terus dilakukan kajian dan penelitian, mengingat risiko di sektor perbankan dapat bersumber dari berbagai faktor serta menyangkut terhadap dampak yang mungkin timbul di masa datang.

Sektor perbankan di Indonesia telah melakukan analisis-analisis dan teknik yang berkaitan dengan upaya untuk mengurangi kerugian yang timbul di masa mendatang melalui proses pengelolaan berbagai risiko. Mengacu pada Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 5/8/PBI/2003 dan perubahannya Nomor 11/25/PBI/2009 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum, terdapat 8 (delapan) risiko yang harus dikelola bank.



Gambar: jenis-jenis risiko bank

Cara Mengelola Manajemen Risiko pada Perbankan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu mengidentifikasi risiko, mengukur risiko, memantau dan mengendalikan risiko. Proses identifikasi risiko dapat dilakukan dengan menganalisis segala sumber risiko dari produk dan aktivitas bank serta memastikan bahwa risiko dari semua produk dan aktivitas bank telah melalui proses manajemen risiko, sehingga dinyatakan layak untuk diluncurkan dan diterapkan. Proses pengelolaan risiko dengan

melakukan pengukuran risiko harus dilakukan secara berkala baik terhadap produk, portofolio serta seluruh aktivitas bisnis bank. Dalam hal proses pengukuran risiko dapat dilakukan dengan menggunakan 2 metode, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Pengelolaan manajemen risiko pada perbankan dilakukan dengan cara memantau berbagai risiko bank dengan menyiapkan suatu sistem *back-up* dan prosedur yang efektif untuk mencegah terjadinya gangguan dalam pemantauan tersebut serta melakukan pengecekan secara berkala pada sistem *back-up* tersebut. Sedangkan dalam pemantauan risiko, bank wajib menerapkan prosedur pemantauan yang mencakup besarnya eksposur risiko, toleransi risiko dan hasil *stress test*.

Pengelolaan manajemen risiko sektor perbankan harus mengacu pada kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan, yaitu menyesuaikan dengan eksposur risiko maupun tingkat risiko yang akan dihadapi. Pengelolaan terhadap risiko sektor perbankan tidak terlepas dari profil risiko perbankan itu sendiri, menurut Institute of Risk Management (2002), bahwa pengelolaan yang baik yang didasarkan atas profil risiko sangat diperlukan sebagai dasar penerapan manajemen risiko industri perbankan. Melalui lampiran surat edarannya, Bank Indonesia menyatakan bahwa pengendalian risiko dapat dilakukan dengan cara mekanisme lindung nilai, penambahan modal bank untuk mengurangi potensi kerugian dan metode mitigasi seperti penerbitan garansi, sekuritas aset, dan kredit derivatif.

Di sektor perbankan, berbagai risiko yang dihadapi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok risiko yaitu risiko non-finansial dan risiko finansial. Risiko non-finansial terkait adanya kerugian yang tidak bisa dikalkulasikan secara jelas nilai uang yang hilang. Atau dapat dikatakan bahwa dampak finansial dari risiko non-finansial tidak langsung dapat dirasakan. Meskipun risiko non-finansial tidak secara langsung dapat dirasakan, namun sangat berpotensi untuk menimbulkan dampak kerugian finansial yang sangat besar. Sedangkan risiko finansial pada sektor perbankan yaitu risiko yang terkait dengan kerugian langsung berupa hilangnya sejumlah uang sebagai dampak dari risiko yang terjadi. Berikut beberapa jenis risiko di sektor perbankan sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 18/POJK.03.2016 adalah terdiri:

1. Risiko kredit

Risiko kredit, yaitu risiko akibat kegagalan pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada bank, termasuk risiko Kredit akibat kegagalan debitur, risiko konsentrasi kredit, *counterparty credit risk*, dan *settlement risk*.

Tujuan dari manajemen risiko kredit adalah untuk memaksimalkan tingkat pengembalian kepada bank dengan menjaga risiko pemberian kredit supaya tetap berada di parameter yang dapat diterima. Bank perlu mengelola risiko kredit dari seluruh portofolio serta risiko dari individu, kredit atau transaksi. Pengelolaan risiko kredit meliputi pemberian profil risiko kredit yang dapat bersumber dari berbagai aktivitas bank, antara lain pemberian kredit, transaksi derivatif, perdagangan instrumen keuangan lain dan aktivitas bank lainnya yang tercatat dalam *banking book* maupun *trading book* (Owojori et. al, 2011). Semakin besar ekspansi kredit dan aktivitas perbankan lainnya tentu secara langsung berdampak terhadap risiko kredit bank yang besar pula, seperti risiko atas kredit macet yang sangat berpeluang menyebabkan bank mengalami kerugian.

Bagi sebagian besar bank, pinjaman adalah merupakan risiko terbesar dari sumber risiko kredit. Risiko kredit perbankan juga bisa semakin meningkat akibat risiko dari berbagai instrumen keuangan selain pinjaman termasuk penerimaan, transaksi antar bank, pembiayaan perdagangan, transaksi valuta asing, obligasi, ekuitas, opsi dan perluasan komitmen dan jaminan, penyelesaian transaksi, dan lain sebagainya.

2. Risiko pasar

Risiko pasar, yaitu risiko pada posisi neraca dan rekening administratif, termasuk transaksi derivatif, akibat perubahan secara keseluruhan dari kondisi pasar, termasuk risiko perubahan harga *option*.

Bank dihadapkan pada risiko pasar melalui kegiatan perdagangan dan laporan posisi keuangannya. Dua jenis risiko yang dianggap risiko pasar untuk bank seperti risiko suku bunga dan risiko valuta asing. Bank menghadapi risiko valuta asing karena adanya fluktuasi nilai tukar dan suku bunga adalah risiko yang paling umum dihadapi semua bank dalam mengelola semua produk-produk keuangan yang dikeluarkan bank dengan tingkat bunga sensitif.

Pengelolaan risiko pasar bertujuan untuk meminimalkan kemungkinan dampak negatif akibat perubahan kondisi pasar terhadap aset dan permodalan bank. Pengelolaan risiko pasar meliputi pengelolaan risiko suku bunga, risiko nilai tukar, risiko ekuitas dan risiko komoditas. Pengelolaan risiko ini sangat diperlukan bagi perbankan di Indonesia, untuk mengantisipasi masalah tersebut dengan melakukan pengembangan secara terus-menerus terhadap model yang telah digunakan sesuai dengan peraturan Bank Indonesia dengan pengembangan pengukuran risiko suku bunga yang menggunakan model pengukuran *gap report* di mana model ini menyajikan pos-pos aset, kewajiban dan rekening administratif yang bersifat *interest rate sensitive* untuk dipetakan ke dalam skala waktu tertentu.

3. Risiko likuiditas

Risiko likuiditas, yaitu risiko akibat ketidakmampuan bank untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan/atau dari aset likuid berkualitas tinggi yang dapat diagunkan, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan bank.

Pengelolaan risiko likuiditas bertujuan untuk meminimalkan kemungkinan ketidakmampuan bank dalam memperoleh sumber pendanaan arus kas. Oleh sebab itu, perlu adanya identifikasi manajemen risiko likuiditas secara *best practice* di semua bank, Juga perlu adanya penyempurnaan bingkai kerja regulasi dan pengawasan/pemantauan manajemen risiko likuiditas yang memperhatikan perkembangan *best practice* dan standar internasional dalam rangka memperkuat penerapan manajemen risiko serta merespon krisis keuangan global. Dengan demikian, pengelolaan manajemen risiko untuk risiko likuiditas dapat meminimalkan ketidakmampuan bank dalam memperoleh sumber pendanaan.

Hal tersebut berasal dari ketidaksesuaian pola aktiva dan kewajiban. Pengukuran dan pengelolaan kebutuhan likuiditas sangat penting bagi pengoperasian yang efektif untuk bank-bank komersial karena hal ini dapat menjadi sebab dan akibat dari risiko likuiditas terutama terkait dengan aset dan kewajiban bank. Bank harus terus memantau posisi likuiditas dalam jangka panjang dan terus menerus setiap hari. Ada dua

pendekatan yang berhubungan dengan kedua analisis situasi yaitu (1) Pendekatan Fundamental dan (2) Pendekatan Teknis.

Pendekatan Fundamental: Pendekatan ini digunakan dalam jangka panjang. Dalam pendekatan ini bank mencoba untuk mengelola risiko likuiditas dengan mengendalikan posisi aset-kewajiban. Sebuah cara yang bijaksana untuk mengatasi situasi ini bisa dengan mengatur jatuh tempo aset dan kewajiban atau dengan melakukan diversifikasi dan memperluas sumber-sumber dana.

Pendekatan Teknis: Pendekatan ini berfokus pada posisi kewajiban bank dalam jangka pendek. Likuiditas dalam jangka pendek ini terutama terkait dengan arus kas yang timbul akibat transaksi operasional. Bank harus mengetahui persyaratan dan uang tunai arus kas masuk dan menyesuaikan keduanya untuk memastikan tingkat yang aman untuk posisi likuiditas.

4. Risiko operasional

Risiko operasional, yaitu risiko akibat ketidakcukupan dan/atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, dan/atau adanya kejadian-kejadian eksternal yang mempengaruhi operasional bank.

Adapun masalah-masalah risiko operasional meliputi *fraud* (internal/eksternal), praktek ketenagakerjaan dan keselamatan lingkungan kerja, perlindungan nasabah, produk dan penerapan bisnis, kerusakan aset fisik, gangguan aktivitas bisnis dan kegagalan sistem dan kesalahan proses dan eksekusi. Untuk mengatasi masalah tersebut, Bank Indonesia (2011) melalui lampiran surat edarannya tentang pedoman penerapan manajemen risiko secara umum menjelaskan bahwa bank harus melakukan identifikasi dan *measurement* terhadap parameter yang mempengaruhi eksposur risiko operasional, antara lain dengan mengembangkan suatu basis data. Dalam mengukur parameter risiko operasional, metode yang dapat digunakan oleh bank, antara lain *Risk Control Self Assessment* (RCSA), *risk mapping*, *Key Risk Indicator* (KRI), *scorecards*, *event analysis*, matriks frekuensi, metodologi kuantitatif dan metodologi kualitatif. Selain itu, bank harus melakukan *monitoring* terhadap risiko operasional secara berkelanjutan terhadap seluruh

eksposur risiko operasionalnya dengan cara menerapkan sistem pengendalian intern dan menyediakan laporan berkala mengenai kerugian yang diakibatkan oleh risiko operasional, serta menerapkan pengendalian risiko operasional dengan mengembangkan program untuk memitigasi risiko dengan cara pengamanan proses teknologi informasi, asuransi dan alih daya pada sebagian kegiatan operasional bank.

5. Risiko kepatuhan

Risiko kepatuhan, yaitu risiko akibat bank tidak mematuhi dan/atau tidak melaksanakan peraturan perundang-undangan dan ketentuan. Dalam pengelolaan manajemen risiko kepatuhan, bank terlebih dahulu harus mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat meningkatkan eksposur kredit. Bank harus mengukur risiko kepatuhan menggunakan indikator/parameter berupa jenis, signifikansi dan frekuensi pelanggaran terhadap ketentuan atau standar yang berlaku. Bank juga wajib *monitoring* dan mengendalikan risiko kepatuhan dengan memastikan bahwa bank memiliki tingkat kepatuhan yang memadai terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6. Risiko hukum

Risiko hukum, yaitu risiko akibat tuntutan hukum dan/atau kelemahan aspek yuridis. Penerapan manajemen risiko hukum bertujuan untuk memastikan bahwa proses manajemen risiko dapat meminimalkan kemungkinan dampak negatif dari kelemahan aspek yuridis, ketiadaan dan/atau perubahan peraturan perundang-undangan dan proses litigasi (Bank Indonesia, 2011). Permasalahan risiko hukum yang sering dihadapi perbankan di Indonesia adalah lemahnya perikatan yang dilakukan oleh bank, peraturan perundang-undangan yang sudah tidak sesuai dengan kegiatan usaha dan proses transaksi bank dan proses litigasi baik yang muncul dari gugatan pihak ketiga terhadap bank maupun bank terhadap pihak ketiga. Untuk memperkecil masalah risiko hukum, maka Bank Indonesia perlu menerapkan manajemen risiko di mana bank wajib menganalisis seluruh sumber risiko hukum dari aktivitas bank serta memastikan bahwa risiko hukum dari aktivitas bank telah melalui proses manajemen risiko yang layak dan dilakukan secara berkala. Selain itu, bank

juga harus memantau dan mengendalikan risiko hukum dengan melakukan *review* secara terus-menerus terhadap kontrak dan perjanjian antara bank dengan pihak lain, dengan cara melakukan penilaian kembali terhadap efektivitas kontrak dan perjanjian tersebut.

7. Risiko reputasi

Risiko reputasi, yaitu risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank. Dalam penerapan manajemen risiko reputasi, bank harus mencatat setiap kejadian yang terkait dengan risiko reputasi seperti jumlah potensi kerugian yang diakibatkan oleh suatu kejadian. Bank juga wajib memantau dan mengendalikan risiko reputasi bank supaya kelemahan pengendalian dan prosedur yang memicu terjadinya risiko reputasi bank dapat diatasi.

8. Risiko strategik

Risiko strategik, yaitu risiko akibat ketidaktepatan dalam pengambilan dan/atau pelaksanaan suatu keputusan strategik serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.

Dalam pengelolaan manajemen risiko untuk risiko strategik, bank harus mengidentifikasi analisis risiko strategik yang membutuhkan banyak sumber daya yang berisiko tinggi, seperti strategi masuk ke pangsa pasar yang baru, strategi akuisisi atau strategi diversifikasi dalam bentuk produk dan jasa. Bank juga harus mengukur risiko strategik dengan menggunakan indikator/parameter berupa tingkat kompleksitas strategi bisnis bank, posisi bisnis bank di industri perbankan dan pencapaian rencana bisnis. Selain itu, bank juga harus memantau dan mengendalikan pengembangan implementasi strategi secara berkala dengan lebih memperhatikan pengalaman kerugian di masa lalu yang disebabkan oleh risiko strategik.

C. PROSES MANAJEMEN RISIKO BANK

Proses manajemen risiko di sektor perbankan berdasarkan Peraturan Bank Indonesia adalah meliputi identifikasi, pengukuran, pemantauan, pengendalian dan sistem informasi manajemen. Inti dari peraturan tersebut adalah:

1. Bank wajib melakukan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko terhadap seluruh faktor-faktor risiko (*risk factors*) yang bersifat material. Faktor-faktor Risiko adalah berbagai parameter yang mempengaruhi eksposur risiko. Faktor-faktor risiko yang bersifat material adalah faktor-faktor risiko baik kuantitatif maupun kualitatif yang berpengaruh secara signifikan terhadap kondisi keuangan bank.
2. Pelaksanaan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko wajib didukung oleh: (a) sistem informasi manajemen yang tepat waktu; dan (b) laporan yang akurat dan informatif mengenai kondisi keuangan bank, kinerja aktivitas fungsional dan eksposur risiko bank. Pelaksanaan proses identifikasi risiko sekurang-kurangnya dilakukan dengan melakukan analisis terhadap proses identifikasi risiko antara lain dapat didasarkan pada pengalaman kerugian bank yang pernah terjadi: (a) karakteristik risiko yang melekat pada bank; dan (b) risiko dari produk dan kegiatan usaha Bank.
3. Dalam rangka melaksanakan pemantauan risiko, bank wajib sekurang-kurangnya melakukan: (a) evaluasi terhadap eksposur risiko yang dilakukan dengan cara pemantauan dan pelaporan risiko yang bersifat material atau yang berdampak kepada kondisi permodalan bank, yang antara lain didasarkan atas penilaian potensi risiko dengan menggunakan *historical trend*; dan (b) penyempurnaan proses pelaporan apabila terdapat perubahan kegiatan usaha bank, produk, transaksi, faktor risiko, teknologi informasi dan sistem informasi manajemen risiko yang bersifat material.
4. Pelaksanaan proses pengendalian Risiko wajib digunakan Bank untuk mengelola Risiko tertentu yang dapat membahayakan kelangsungan usaha Bank. Pengendalian Risiko dapat dilakukan antara lain dengan cara lindung nilai, metode mitigasi risiko dan penambahan modal untuk menyerap potensi kerugian.
5. Dalam melaksanakan fungsi pengendalian risiko likuiditas, bank sekurang-kurangnya menerapkan *assets and liabilities management (ALMA)*.

6. Sistem informasi manajemen risiko sekurang-kurangnya mencakup laporan atau informasi mengenai: (a) eksposur Risiko; Laporan atau informasi eksposur Risiko mencakup eksposur kuantitatif dan kualitatif, secara keseluruhan (*composite*) maupun rincian per jenis Risiko dan per jenis aktivitas fungsional; (b) kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur serta penetapan limit; dan (c) realisasi pelaksanaan manajemen risiko dibandingkan dengan target yang ditetapkan.
7. Laporan atau informasi yang dihasilkan dari sistem informasi Manajemen Risiko sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib disampaikan secara rutin kepada Direksi. Laporan atau informasi yang disampaikan kepada Direksi dapat ditingkatkan frekuensinya sesuai dengan kebutuhan Bank.

D. MANFAAT DAN HAMBATAN MANAJEMEN RISIKO BANK

Penerapan manajemen risiko pada perbankan di Indonesia banyak memberikan manfaat dan keuntungan, karena akan sangat membantu untuk menghindari kerugian akibat berbagai risiko yang menimpa. Penerapan manajemen risiko sangat penting dilakukan mengingat implikasinya yang sangat besar bagi perbankan Indonesia. Bauer dan Ryser (2002) berpendapat bahwa manajemen risiko perbankan memberikan keuntungan antara lain, bank memiliki ketahanan aset yang lebih lama, bank mampu memonitor informasi dengan mudah sehingga mampu memprediksi berbagai kemungkinan seperti kegagalan kredit dan bank dapat menjadi lebih maksimal untuk melayani nasabah dengan *monitoring* terhadap risiko yang mungkin terjadi, bank dapat meningkatkan *shareholder value*-nya, memberikan gambaran kepada pengelola bank mengenai kemungkinan kerugian bank di masa datang, meningkatkan metode dan proses pengambilan keputusan yang sistematis karena didasarkan atas ketersediaan informasi. Penerapan manajemen risiko juga dapat digunakan untuk menilai risiko yang melekat kegiatan usaha bank yang relatif kompleks serta menciptakan infrastruktur manajemen risiko yang kokoh dalam rangka meningkatkan daya saing bank.

Selain keuntungan bagi bank, penerapan manajemen risiko juga menguntungkan/bermanfaat bagi otoritas pengawasan bank yang mana dengan penerapan manajemen risiko pada perbankan akan

mempermudah penilaian terhadap kemungkinan kerugian yang dihadapi bank yang dapat mempengaruhi permodalan bank dan sebagai salah satu dasar penilaian dalam menetapkan strategi dan fokus pengawasan bank.

Dalam penerapan pada perbankan di Indonesia, manajemen risiko yang berdasarkan standar Basel II tentu tidak seluruhnya selalu berhasil diterapkan. Menurut Galorath (2006) ada beberapa kendala/hambatan yang menyertai penerapan manajemen risiko tersebut, di antaranya pengawasan akan penerapan manajemen risiko pada perbankan masih tergolong rendah, *skills* sumber daya manusia yang masih kurang siap untuk menerapkan manajemen risiko, proses internal maupun eksternal bank dan manajemen risiko pada sistem suatu bank yang masih tertinggal atau belum sesuai dengan pedoman penerapan manajemen risiko perbankan.

E. RANGKUMAN MATERI

Industri perbankan dihadapkan dengan berbagai risiko yang kompleks akibat kegiatan usaha bank yang semakin beragam sehingga industri perbankan wajib menerapkan manajemen risiko guna meminimalisasi dampak risiko yang terkait dengan usahanya. Jenis-jenis risiko yang dihadapi oleh sektor perbankan ada 8 (delapan), yaitu: risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko kepatuhan, risiko hukum, risiko reputasi, dan risiko strategik.

Pengelolaan manajemen risiko sektor perbankan harus mengacu pada kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan. Proses manajemen risiko sektor perbankan meliputi identifikasi, pengukuran, pemantauan, pengendalian dan sistem informasi manajemen.

Penerapan manajemen risiko perbankan memberikan keuntungan antara lain, bank memiliki ketahanan aset, informasi termonitor dengan mudah, meningkatkan *shareholder* value, memberikan gambaran kepada pengelola bank di masa datang, meningkatkan metode dan proses pengambilan keputusan yang sistematis, serta menciptakan infrastruktur manajemen risiko yang kokoh dalam rangka meningkatkan daya saing bank. Selain itu, penerapan manajemen risiko juga menguntungkan/bermanfaat bagi otoritas pengawasan bank untuk

mempermudah penilaian dan sebagai salah satu dasar dalam menetapkan strategi dan fokus pengawasan bank.

Kendala dalam penerapan manajemen risiko di antaranya pengawasan akan penerapan manajemen risiko pada perbankan masih tergolong rendah, *skills* sumber daya manusia yang masih kurang siap untuk menerapkan manajemen risiko, serta masih lemahnya proses internal maupun eksternal bank dan manajemen risiko.

TUGAS DAN EVALUASI

Jawablah soal-soal berikut sesuai dengan perintah!

1. Sebutkan jenis-jenis risiko yang dihadapi sektor perbankan!
2. Jelaskan apa yang Saudara ketahui tentang risiko *operational* sektor perbankan!
3. Jelaskan perbedaan risiko kepatuhan dengan risiko hukum!
4. Bagaimana proses manajemen risiko sektor perbankan. Jelaskan!
5. Jelaskan keuntungan bagi bank dengan menerapkan manajemen risiko!

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2003). *Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 5/8/PBI/2003 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2003). *Surat Edaran Nomor 5/2/DPNP/2003 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2006). *Implementasi Basel II di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2009). *Perubahan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/25/PBI/2009 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2010). *Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 11/25/PBI/2010 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2011). *Lampiran Surat Edaran nomor 13/23/DNDP/2011 Tentang Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Secara Umum*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bauer, W., and M. Ryser. (2002). Risk Management Strategies for Bank. *Journal of Banking and Fiance*, 28 (4), 331–352.
- Galorath, D. (2006). Risk Management Success Factor. *PM World Today*, 8(2), 12–23.
- Goyal, Krishn A. (2010). Risk Management in Indian Banks: Some Emerging Issues. *The Indian Economic Journal*, 1 (1), 102–109.
- Indrawati, SM, S.A. Djalil and Taufik Effendi. (2011). *Draft Pedoman Penerapan Manajemen Risiko Berbasis Governance*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance.
- Institute of Risk Management. (2002). *A Risk Management Standards*. London: Association of Insurance and Risk Managers.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Owojori, A.A., I.R. Akintoye, and F.A. Adidu. (2011). The Challenge of Risk Management in Nigerian Banks in the Post Consolidation Era. *Journal of Accounting and Taxation*, 3 (2), 23–31.

BAB
14

LAPORAN DAN ANALISA LAPORAN KEUANGAN

Dr. Esther Kembauw, SP., M.Si
Universitas Pattimura

A. APA ITU ANALISA LAPORAN KEUANGAN

Setiap perusahaan pasti membuat laporan keuangan atas keluar masuknya arus dana perusahaan baik itu yang dimanfaatkan untuk biaya operasional atau biaya lainnya.

Brigham dan Houston (2001:38) Laporan keuangan adalah “laporan pertanggung jawaban *manager* atau pimpinan perusahaan atas pengelolaan perusahaan yang dipercayakan kepadanya kepada pihak-pihak yang punya kepentingan (*stakeholders*) di luar perusahaan, pemilik perusahaan, pemerintah, kreditor, dan pihak lainnya.

Laporan keuangan merupakan hal penting yang wajib dimiliki dan dibuat oleh berbagai macam bisnis atau perusahaan. Fungsi dari laporan keuangan adalah untuk mengetahui *cash flow* serta keuntungan dan kerugian di dalam sebuah bisnis atau perusahaan. Analisis laporan keuangan perlu dibuat agar laporan keuangan yang Anda buat tidak hanya sebatas laporan saja. Ada beberapa teknik analisis laporan keuangan yang dapat digunakan untuk berbagai jenis laporan keuangan. Beberapa teknik

tersebut meliputi analisis *common size*, analisis tren, analisis persentase perubahan, dan analisis industri. Meskipun keempat teknik analisis laporan tersebut memiliki fungsi yang berbeda, namun semuanya sama-sama dapat memberikan gambaran potensi finansial perusahaan. Setiap bisnis atau perusahaan harus melakukan analisis laporan keuangan yang tepat agar dapat mencapai tujuan.

B. PENGERTIAN ANALISA LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk mempermudah informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan yang bersangkutan. Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses yang penuh pertimbangan (*judgment*). Salah satu tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi perubahan-perubahan pokok (*turning point*) pada tren, jumlah dan hubungan, dan alasan-alasan perubahan tersebut. Perubahan-perubahan sering kali merupakan tanda peringatan awal (*earning warning signal*) terjadi pergeseran menuju keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. (Prastowo, Dwi, 1995).

Secara harfiah analisis laporan keuangan terdiri atas dua kata yaitu analisis dan laporan keuangan, ini berarti pula bahwa analisis laporan keuangan merupakan suatu kegiatan menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan. Menurut kamus besar Basa Indonesia kata analisis sendiri diartikan sebagai berikut:

“Penguraian suatu pokok atas berbagai bagian dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.”

Dengan menganalisis data finansial dari tahun ke tahun, dapat diketahui kelemahan dan kekuatan dari perusahaan tersebut serta hasil yang dianggap sudah cukup baik. Hasil analisis sangat penting artinya bagi penyusunan rencana yang akan dilakukan di waktu yang akan datang. Dengan mengetahui kelemahan-kelemahan yang dimiliki perusahaan, diusahakan agar dapat menyusun rencana yang lebih baik di tahun yang akan datang, kelemahan-kelemahan tersebut dapat diperbaiki. Hasil yang dianggap sudah cukup baik harus tetap dipertahankan untuk waktu-waktu mendatang.

Melakukan analisa ini sangat penting karena dapat melihat stabilitas keuangan bahkan menghitung untung rugi sebuah perusahaan. Informasi-informasi terhadap komponen laporan keuangan ini sangat penting untuk mengetahui kondisi keuangan dari sebuah perusahaan. Sehingga dapat dijadikan suatu rujukan dalam sebuah pengambilan keputusan.

1. Tujuan Analisa Keuangan



Laporan keuangan sebagai proses menguraikan pos-pos keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil. Dan untuk mengetahui hubungan signifikan antara data kuantitatif dan non-kuantitatif. Laporan keuangan dibuat bukan tanpa tujuan. Tujuannya adalah agar dapat diperoleh informasi mengenai kondisi keuangan yang lebih jelas. Selain itu, paling tidak ada 9 tujuan dari analisis laporan keuangan yaitu:

- a. Bahan pertimbangan bagi investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan.
- b. Memberikan informasi mengenai kesanggupan perusahaan dalam mengembalikan pinjaman serta bunganya.
- c. Sebelum melakukan kerja sama dengan pemasok, perusahaan harus melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan, profitabilitas pemasok serta kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban melalui analisis laporan keuangan.

- d. Digunakan untuk mengetahui informasi tentang kesanggupan pelanggan dalam memenuhi kewajibannya.
- e. Untuk mengetahui apakah perusahaan yang akan dimasuki tersebut memiliki prospek yang bagus.
- f. Bahan acuan oleh pemerintah untuk menentukan besarnya pajak perusahaan yang harus dibayarkan.
- g. Analisis laporan dibuat untuk menentukan perkembangan perusahaan, karena pihak internal seperti seorang manajer dapat menjadikannya sebagai acuan untuk menyusun strategi ke depannya.
- h. Untuk mengetahui kondisi keuangan pesaing.
- i. Dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kerusakan yang dialami perusahaan.

2. Manfaat Melakukan Analisa Laporan Keuangan

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya analisa laporan keuangan adalah indikator untuk menilai kinerja keuangan dalam kurun waktu tertentu. Dari informasi inilah akan terlihat jelas berapa laba bersih, kerugian, laporan kas, dan mengetahui perputaran persediaan *cash flow* perusahaan.

Berikut adalah manfaat selengkapnya yang bisa didapatkan dengan melakukan analisa laporan keuangan

- a. Untuk mencari tahu langkah apa yang akan diambil dalam jangka pendek maupun jangka panjang untuk sebuah perusahaan.
- b. Sebagai tolak ukur hubungan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Di mana jika terjadi ada kelemahan pada laporan keuangan perusahaan tertentu, maka pemiliknya dapat mengambil langkah cepat untuk memperbaikinya.
- c. Untuk mengetahui rasio profitabilitas, rasio solvabilitas, dan rasio likuiditas.
- d. Mengetahui kekuatan dan kemampuan perusahaan.
- e. Lebih luas dan mendalam dari pada informasi laporan arus keuangan pada umumnya.
- f. Melihat secara jelas informasi secara mendetail dan transparan
- g. Digunakan untuk memberikan informasi kepada manajemen, dan calon investor.

- h. Dapat digunakan sebagai pembandingan pencapaian terhadap perusahaan yang melakukan usaha yang sejenis.

3. Jenis Analisa Laporan Keuangan

Ada beberapa jenis analisa yang biasa digunakan saat menganalisa sebuah laporan keuangan. Setiap jenis analisa ini digunakan untuk kepentingannya sendiri-sendiri. Berikut ini penjelasan tentang berbagai jenis analisa yang biasa digunakan oleh akuntan sebuah perusahaan untuk mendapatkan informasi selengkapnyanya dari sebuah laporan keuangan.

a. Analisa Tren

Jenis analisa yang pertama adalah analisa tren atau yang lebih umum disebut sebagai analisa *time-series*. Jenis analisa ini biasa digunakan oleh manajer keuangan untuk melihat kinerja sebuah perusahaan dari satu waktu dibandingkan waktu yang lain. Untuk melakukan jenis analisis ini, seorang akuntan atau manajer keuangan menggunakan *history* data dari laporan keuangan. Dalam melakukan Analisa Tren, biasanya seorang manajer keuangan menggunakan metode analisa rasio keuangan. Metode analisis rasio keuangan ini menggunakan perbandingan rasio dari laporan keuangan yang sudah pernah dibuat pada tahun-tahun sebelumnya. Dengan mengetahui rasio dari laporan keuangan yang ada, seorang manajer dapat mengetahui performa dari suatu perusahaan serta langkah antisipasi ke depannya.

b. Analisa *Common Size*

Analisa *Common Size* ini biasa digunakan untuk melakukan analisa terhadap neraca dan laporan untung-rugi sebuah perusahaan dengan menggunakan persentase. Dalam analisa ini, setiap komponen laporan untung-rugi dibagi dengan penjualan lalu disajikan dalam persentase penjualan. Sementara komponen neraca dibandingkan dengan total aset dan disajikan sebagai persentase total aset. Format persentase ini menggunakan metode perbandingan dan bukan angka absolut. Format ini jauh lebih mudah untuk dibuat dan dimengerti oleh seorang manajer keuangan. Jenis analisa ini sangat memudahkan seorang manajer atau akuntan keuangan untuk mengetahui laporan untung-rugi karena disajikan dalam format yang sederhana dan mudah dimengerti.

c. Analisa Persentase Perubahan

Analisa ini lebih banyak digunakan dengan cara menghitung tingkat pertumbuhan dari setiap komponen laporan untung-rugi maupun komponen neraca terhadap tahun dasar pembuatannya. Jenis analisis ini memang sedikit lebih sulit bila dibandingkan dengan jenis analisa laporan keuangan lainnya. Namun, jenis analisa ini merupakan jenis analisa laporan keuangan yang sangat baik dan kuat. Analisis ini membuat seorang manajer keuangan dapat melihat kondisi berbagai akun laporan untung-rugi maupun akun neraca. Kondisi yang dilihat oleh manajer keuangan ini adalah kondisi-kondisi akun untung-rugi atau akun neraca terhadap total aset. Selain terhadap total aset juga bisa dilihat kondisi akun terhadap pertumbuhan atau penurunan nilai penjualan.

d. Analisa Industri

Dalam jenis analisa ini melibatkan perbandingan kondisi perusahaan terhadap perusahaan lain yang bergerak pada industri yang sama. Tujuannya adalah untuk mengetahui cara perusahaan melakukan investasi finansial bila dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya. Dengan melakukan jenis analisa ini, seorang manajer keuangan dapat melihat dan memutuskan terhadap penyesuaian finansial yang mungkin perlu dilakukan. Seorang manajer atau akuntan keuangan sebuah perusahaan umumnya menggunakan teknik penghitungan rasio saat melakukan jenis analisa ini. Dalam melakukan perbandingan, seorang manajer atau akuntan keuangan harus mengetahui rasio rata-rata sebuah perusahaan yang dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak pada industri yang sama. Kemudian perbandingan rasio tersebut harus dihitung dengan metode yang sama.

4. Jenis Laporan Keuangan Yang Bisa Di Analisa

Dalam melakukan analisa terhadap laporan keuangan tentu seorang manajer atau akuntan perusahaan tidak bisa menggunakan jenis analisis yang berbeda untuk semua laporan keuangan. Setiap laporan keuangan harus dilakukan analisa dengan jenis analisa yang berbeda pula. Berikut ini beberapa laporan keuangan yang biasanya digunakan untuk melakukan analisa oleh para manajer atau akuntan.

a. Neraca

Neraca dalam dunia akuntansi merupakan sebuah laporan keuangan dari suatu perusahaan. Dalam laporan Neraca akan terlihat kondisi keuangan perusahaan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa komponen yang terdapat dalam Neraca adalah data *history* dari aktiva yang ada. Data tersebut menunjukkan setiap sumber keuangan atau modal baik yang berasal dari pemegang modal atau utang kewajiban perusahaan.

b. Laporan Laba Rugi

Seperti namanya, dalam laporan ini dapat diketahui kondisi finansial suatu perusahaan tersebut mengalami untung atau rugi. Terdapat berbagai catatan keuntungan maupun kerugian yang dialami perusahaan yang tercantum dalam laporan Laba Rugi ini. Catatan keuntungan atau kerugian perusahaan tersebut dapat berasal dari penjualan produk perusahaan dan beban yang harus dikeluarkan perusahaan.

c. Laporan Perubahan Posisi Keuangan

Pada laporan perubahan posisi keuangan, seorang manajer atau akuntan keuangan dapat melihat asal dan bagaimana kas tersebut digunakan. Atau dengan kata lain, seorang manajer dapat melihat setiap sumber dan bagaimana dana perusahaan digunakan. Adanya laporan ini sangat penting bagi seorang manajer atau akuntan untuk melakukan analisis laporan keuangan terhadap perubahan dan arus kas perusahaan.

5. Keterbatasan Laporan Keuangan

Menurut Zaki Baridwan (1993), keterbatasan laporan keuangan mencakup faktor cukup berarti (*materality*), konservatif, dan sifat-sifat khusus dari suatu industri. Berikut ini uraian dari masing-masing keterbatasan tersebut yaitu :

a. Cukup Berarti

Akuntansi disusun di atas landasan teori yang diterapkan untuk mencatat transaksi-transaksi yang terjadi dalam suatu cara tertentu. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya tidak semua transaksi diperlakukan sesuai dengan teori. Untuk membuat batasan terhadap istilah cukup berarti, suatu laporan keuangan di anggap cukup berarti jika terdapat sifat untuk

mempengaruhi atau menyebabkan timbulnya perbedaan dalam pengambilan keputusan, dengan mempertimbangkan keadaan-keadaan lain yang ada.

b. Konservatif

Konservatif ini merupakan sikap yang diambil oleh Akuntan dalam menghadapi dua atau lebih alternatif dalam penyusunan laporan keuangan. Apabila lebih dari satu alternatif yang tersedia maka sikap konservatif ini cenderung lebih memilih alternatif yang tidak akan membuat aktiva atau pendapatan menjadi terlalu besar.

c. Sifat Khusus Suatu Industri

Industri-industri yang mempunyai sifat-sifat khusus seperti Bank, asuransi dan lain-lain sering kali memerlukan prinsip akuntansi yang berbeda dengan industri-industri lainnya.

Para pemakai laporan akan menggunakan untuk meramalkan, membandingkan, dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambil. Seandainya nilai uang tidak stabil, maka hal ini akan dijelaskan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan akan lebih bermanfaat apabila dilaporkan tidak saja aspek-aspek kuantitatif, tetapi mencakup penjelasan-penjelasan lainnya yang dirasakan perlu. Dan informasi ini harus faktual dan dapat diukur secara objektif. (Esther Kembauw, 2020).

C. TEKNIK ANALISIS LAPORAN KEUANGAN

1. Laporan Komparatif

Laporan komparatif membahas perbandingan *item-item* berbeda dari Akun Laba-Rugi dan Neraca dalam dua periode atau lebih. Laporan komparatif terpisah disiapkan untuk Akun Laba-Rugi sebagai Laporan Penghasilan Komparatif dan untuk Neraca. Sebagai aturan, setiap laporan keuangan dapat disajikan dalam bentuk laporan komparatif seperti neraca komparatif, laporan laba-rugi komparatif, biaya komparatif laporan produksi, laporan komparatif modal kerja dan sejenisnya.

2. Komparasi Laporan Penghasilan

Tiga informasi penting diperoleh dari komparasi laporan penghasilan adalah Laba Kotor, Laba Operasi dan Laba Bersih. Perubahan atau peningkatan dalam profitabilitas bisnis di cari tahu selama periode waktu tertentu. Jika perubahan atau peningkatan tidak memuaskan, manajemen dapat mengetahui alasannya dan beberapa tindakan korektif dapat diambil.

3. Neraca Komparatif

Kondisi keuangan dari operasional bisnis dapat diketahui dengan menyiapkan neraca komparatif. Berbagai *item* Neraca untuk dua periode yang berbeda digunakan. Aset diklasifikasikan sebagai aset lancar dan aset tetap untuk perbandingan. Demikian juga, liabilitas diklasifikasikan sebagai liabilitas jangka pendek, liabilitas jangka panjang, dan kekayaan bersih pemegang saham. Kekayaan bersih istilah pemegang saham termasuk Modal Saham Ekuitas, Modal Saham Preferensi, Cadangan dan Surplus atau sejenisnya.

4. Analisis *Common-size*

Analisis vertikal dalam informasi keuangan diikuti untuk menyiapkan Analisis *Common-Size* (Persentase Per-Komponen). Selain itu, nilai uang dari isi laporan keuangan tidak dipertimbangkan. Namun, hanya persentase yang dipertimbangkan untuk menyiapkan pernyataan persentase per-komponen. Total aset atau total liabilitas atau penjualan diambil 100 dan *item-item* saldo dibandingkan dengan total aset, total liabilitas, atau penjualan dalam bentuk persentase. Dengan demikian, analisis *common-size* menunjukkan hubungan masing-masing komponen dengan keseluruhan. Analisis *Common-Size* yang terpisah disusun untuk akun laba rugi disebut sebagai *Common Size Income Statement* dan untuk neraca disebut sebagai *Common Size Balance Sheet*.

5. Analisis Tren

Rasio ini adalah untuk menghitung *item* yang berbeda untuk berbagai periode dapat diketahui dan kemudian dibandingkan dalam analisis keuangan ini. Analisis rasio selama beberapa tahun memberikan gambaran apakah keseluruhan bisnis cenderung naik atau turun. Analisis ini disebut Metode Piramida.

6. Analisis Rata-Rata

Setelah menghitung analisis tren untuk mengetahui masalah bisnis, rasio tersebut dibandingkan dengan analisis rata-rata industri. Kedua tren ini dapat disajikan pada kertas grafik juga dalam bentuk kurva. Presentasi fakta dalam bentuk gambar ini membuat analisis dan perbandingan lebih komprehensif dan mengesankan.

7. Pernyataan Perubahan Modal Kerja

Tingkat kenaikan atau penurunan modal kerja diidentifikasi dengan menyiapkan laporan perubahan modal kerja. Jumlah modal kerja bersih dihitung dengan mengurangi jumlah kewajiban lancar dari jumlah aset lancar. Analisis ini akan merinci alasan untuk perubahan modal kerja.

8. Analisis Aliran Dana

Analisis aliran dana berkaitan dengan sumber terperinci dan penerapan dana dari urusan bisnis untuk periode tertentu. Ini menunjukkan dari mana dana berasal dan bagaimana mereka digunakan selama periode yang ditinjau. Ini menyoroti perubahan dalam struktur keuangan perusahaan.

9. Analisis Arus Kas

Analisis arus kas didasarkan pada pergerakan kas dan saldo bank. Dengan kata lain, pergerakan uang tunai dan bukannya pergerakan modal kerja akan dipertimbangkan dalam analisis arus kas. Ada dua jenis arus kas yaitu: arus kas aktual dan arus kas nasional.

10. Analisis Rasio

Analisis rasio adalah upaya mengembangkan hubungan yang bermakna antara *item-item* individual (atau kelompok *item*) dalam neraca atau akun laba-rugi. Analisis rasio tidak hanya berguna bagi pihak internal yang menjadi perhatian bisnis tetapi juga berguna bagi pihak eksternal. Analisis rasio menyoroti likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan *capital gain*.

11. Analisis Cost Volume Profit

Analisis ini mengungkapkan hubungan yang berlaku antara penjualan, biaya, dan laba. Biaya dibagi menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Ada hubungan yang konstan antara penjualan dan biaya

variabel. Analisis biaya memungkinkan manajemen untuk perencanaan laba yang lebih baik.

D. FUNGSI ANALISIS LAPORAN KEUANGAN BAGI USAHA

Beberapa fungsi analisis laporan keuangan bagi perusahaan yang melakukan usaha. Hal ini bisa menjadi acuan penting guna memahami analisis keuangan yang dilaporkan.

1. Merupakan Alat Untuk Memahami Kondisi Keuangan Dan Kinerja Usaha

Dalam dunia usaha tentu ada hasil berupa laba atau rugi pada perusahaan. Dengan adanya analisis yang dilakukan maka akan terlihat kondisi keuangan yang terjadi pada perusahaan tersebut. Serta dapat mengambil kesimpulan seperti apa kinerja perusahaan yang dilakukan. Adanya laporan tentang aset, kas, piutang dan modal usaha yang transparan ini akan mendukung informasi yang baik bagi dunia usaha.

2. Dasar Untuk Penyusunan Rencana Usaha

Pengelolaan kegiatan perusahaan dalam suatu periode bisa dilihat pada laporan keuangannya. Informasi tersebut dilihat dari penggunaan dana atau keuangan usaha. Dengan melihat panduan laporan keuangan maka bisa merencanakan kegiatan usaha lebih efektif. Serta dasar tersebut pada manajemen bisa disesuaikan dengan kondisi keuangan perusahaan.

3. Alat Pengendali Usaha

Laporan keuangan bisa memberikan gambaran faktor yang terjadi di masa yang akan datang. Misalnya jika perusahaan memiliki banyak piutang tertunggak, alat pengendali usaha akan berperan. Dan antisipasinya dengan mengurangi penjualan kredit serta meningkatkan penagihan piutang. Informasi keuangan bisa menjadi acuan memudahkan manajemen usaha dan pertimbangan untuk langkah selanjutnya.

4. Sebagai Dasar Pembuatan Keputusan Usaha

Informasi dari laporan keuangan yang transparan tentu banyak memberikan gambaran usaha ke depan akan seperti apa. Dengan adanya hal tersebut maka menjadi dasar pembuatan keputusan usaha.

Contohnya, perusahaan akan melakukan promosi produk. Maka akan melakukan pertimbangan jenis promosi yang harus dilakukan. Apakah dengan *marketing* atau via media online.

5. Bahan Pertimbangan Dan Pertanggung jawaban Kepada Pihak Eksternal

Pihak ekstern merupakan pihak yang melakukan kerja sama usaha serta menanamkan modal usaha pada perusahaan. Pihak luar tentu ingin melihat kinerja serta perkembangan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, informasi pada laporan keuangan menjadi bahan pertimbangan untuk pihak ekstern.

6. Pertimbangan Investasi Saham

Informasi dari analisis ini berguna untuk mempertimbangkan apakah perusahaan itu layak sahamnya dibeli atau tidak. Karena pada dasarnya investor memilih perusahaan yang konsisten agar mendapatkan keuntungan yang tinggi.

7. Pemberian Kredit Bagi Usaha Lain

Dari informasi analisa juga bisa diperoleh bahwa perusahaan tersebut mengembalikan pinjaman beserta bunga. Kemampuan perusahaan dinilai dari kemampuan dalam pengembalian pinjaman tersebut.

8. Melihat Pemasok Atau *Supplier* Yang Sehat

Perusahaan akan menganalisa kondisi keuangan saat melakukan kerja sama dengan *supplier*. Dengan melihat profitabilitas perusahaan pemasok kondisi keuangannya hingga kemampuan menghasilkan kas dan membayar kewajiban *supplier*.

9. Melihat Kesehatan Pelanggan

Informasi yang diberikan bisa untuk menganalisa seperti apa kemampuan pelanggan dalam mempengaruhi usaha. Dalam waktu jangka pendek kesehatan pelanggan berhubungan dengan kepercayaan pada perusahaan.

10. Kesehatan Pelanggan Dilihat Dari Karyawan

Untuk mengetahui apakah prospek perusahaan tersebut bagus atau tidak bisa dengan melihat kondisi karyawan. Dan keuangan yang sehat dari para pelanggan.

11. Sebagai Analisis Internal

Digunakan untuk menentukan perkembangan perusahaan bagi analisis Internal. Agar pihak internal dalam pengambilan keputusan menjadi dasar perencanaan dan evaluasi. Sehingga terjadi perubahan strategi usaha bagi perusahaan.

12. Sebagai Analisis Pesaing

Laporan keuangan perusahaan lain bisa dianalisis guna memberikan gambaran persaingan pada perusahaan. Informasi tersebut berguna untuk menentukan kekuatan keuangan pesaing dan untuk menentukan strategi apa yang dilakukan perusahaan.

13. Penilaian Kerusakan

Dengan melihat berbagai macam pelaporan keuangan, maka akan terlihat kerusakan yang terjadi. Hal ini bisa dijadikan penentuan seberapa besar kerusakan yang dialami oleh perusahaan. Selain itu, analisis keuangan bisa digunakan untuk melihat kelemahan dari periode ke periode berikutnya. Atau bisa dilihat sebelumnya agar terlihat apakah perusahaan tersebut berada di atas, sama atau di bawah rata-rata.

E. RANGKUMAN MATERI

Melakukan analisis pada setiap laporan keuangan adalah hal penting untuk mengetahui transparansi arus keuangan lebih baik. Dengan analisis yang dilakukan secara terukur, maka kemungkinan terjadinya kesalahan dan kecurangan dalam setiap laporan keuangan akan lebih kecil. Untuk memudahkan dalam membuat laporan keuangan secara cepat dan minim kesalahan, bisa menggunakan *software* akuntansi yang memiliki fitur untuk membuat laporan keuangan secara otomatis seperti *Accurate Online*. *Accurate Online* adalah *software* akuntansi berbasis *cloud* yang sudah digunakan oleh lebih dari 300 ribu pengguna dan memiliki fitur terlengkap yang cocok bagi semua jenis bisnis di Indonesia.

Dengan adanya manfaat dari analisis laporan keuangan tentu sangat mendukung kinerja perusahaan dalam pengembangan usaha. Berbagai informasi yang diberikan kepada khalayak guna memberikan transparansi kondisi perusahaan yang sebenarnya. Kegiatan ini juga berguna agar perusahaan bisa selalu mengevaluasi kinerjanya dari masa ke masa.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan analisa laporan keuangan.
2. Jelaskan pengertian analisa laporan keuangan!
3. Jelaskan mengapa laporan keuangan sangat penting untuk pembuatan keputusan perusahaan.
4. Jelaskan pentingnya analisis akuntansi untuk analisis keuangan.
5. Jelaskan arti pentingnya analisis laporan keuangan bagi pihak manajemen, pemegang saham, kreditor, pemerintah, karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2001. Manajemen Keuangan, Edisi 8, Jakarta: Erlangga.
- Esther Kembauw, 2020. Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan, Bandung: Widina Bhakti Persada. ISBN: 978-623-6608-47-0
- Prastowo, Dwi, Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi (Yogyakarta: AMP YKPN, 1995), hml. 37.
- Zaki, Baridwan, Intermediate Accounting, Edisi ke-7, Yogyakarta: BPFE, 1993.

BAB
15

INFRASTRUKTUR INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA

Muhammad Hafizh, S.E., M.E
UIN Sumatera Utara

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi 4.0 ini untuk mendorong dan memelihara keberlangsungan sistem perbankan secara umum serta mendukung proses perkembangan Industri perbankan setidaknya memiliki sejumlah infrastruktur keras (*hard infrastructure*) beserta infrastruktur Lunak (*soft infrastructure*) di tingkat nasional maupun internasional yang dibutuhkan

Selain itu diperlukan infrastruktur pendukung yang lengkap untuk mendorong pertumbuhan pesat industri perbankan baik Syariah maupun konvensional, terutama infrastruktur lunak melalui deregulasi dan reformasi regulasi yang dapat memberikan insentif bagi *stakeholders* terhadap perkembangan intermediasi dan pasar keuangan di Indonesia.

Dengan perkembangan ekonomi dan perbankan maka sistem perbankan baik Syariah maupun konvensional berkembang termasuk infrastrukturnya. Namun sistem perbankan syariah memiliki infrastruktur unik yang tidak terdapat pada sistem perbankan konvensional. Seperti DSN MUI, badan arbitrase atau mediasi syariah dan kerangka aturan

Syariah. Dengan menggunakan dua pendekatan: *hard infrastructure* dan *soft infrastructure*, Yang pertama berorientasi pada upaya pembangunan secara fisik. Sedangkan yang kedua berorientasi pada pembenahan dan pembangunan manusia. pada kategori *hard infrastructure* dibagi ke dalam infrastruktur inti dan pendukung. Adapun guna menciptakan suatu *system* pengaturan dan pengawasan perbankan yang stabil maka diperlukan beberapa faktor pendukung, di antaranya yaitu infrastruktur yang baik. sebagai contoh adalah akuntan publik independen, penyelesaian permasalahan perbankan dengan baik, peraturan perbankan yang memadai dan banyak hal lain yang mempengaruhi

B. HARD INFRASTRUCTURE PERBANKAN

Infrastruktur keras (*hard infrastructure*) yang dimaksud dalam pembahasan ini berupa dewan atau sebuah lembaga di mana memiliki fungsi penting dalam perkembangan industri perbankan khususnya di Indonesia dan jika tidak adanya infrastruktur tersebut dapat mengakibatkan terganggunya sistem perbankan baik Syariah maupun konvensional. Secara umum, infrastrukturnya meliputi antara lain:

Lembaga Regulator Perbankan Di Indonesia dan Lembaga pendukung yang lengkap, efektif, dan efisien berperan penting untuk memastikan stabilitas pengembangan perbankan secara keseluruhan di Indonesia. Pada saat ini telah berdiri sejumlah lembaga yang berperan sebagai regulator dan institusi pendukung perbankan Syariah maupun konvensional di Indonesia. Diperlukan upaya agar institusi pendukung tersebut lebih efektif dalam melaksanakan fungsinya sehingga memberikan dampak positif terhadap pengembangan perbankan.

Secara garis besar, terdapat beberapa institusi regulator dan institusi pendukung pengembangan perbankan di Indonesia, yaitu: Bank Indonesia, Otoritas Jasa keuangan, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia dan Dewan Pengawas Syariah, LPS (Lembaga penjamin simpanan), Notaris, arbitrase pengadilan, BNSP, LPPI dll

1. Bank Indonesia

Bank Indonesia atau (BI) adalah Lembaga regulator bagi perkembangan perbankan baik konvensional maupun syariah. baik bank umum dan BPR di Indonesia, termasuk BUS dan BPR syariah. Prinsip

syariah pun telah masuk dalam Undang-undang tentang perbankan, sebagai payung hukum pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Dalam pengembangan perbankan BI telah menerbitkan “Cetak Biru Pengembangan Perbankan di Indonesia. Cetak Biru (*blue print*) ini dibuat untuk memberikan arahan yang ingin dicapai serta tahapan-tahapan untuk mewujudkan sasaran pengembangan jangka panjang. Berikut adalah sasaran pengembangan perbankan syariah:

- a. Terpenuhinya prinsip syariah dalam operasional perbankan,
- b. Diterapkannya prinsip ke hati-hatian dalam operasional perbankan Syariah
- c. Terciptanya sistem perbankan syariah yang kompetitif dan efisien
- d. Terciptanya stabilitas sistemik serta terealisasinya kemanfaatan bagi masyarakat luas

Peran lain BI dalam pengembangan perbankan adalah dalam menyediakan instrumen keuangan guna membantu bank menyimpan kelebihan likuiditasnya. Saat ini, jenis *instrument* yang digunakan oleh BI adalah Sertifikat Bank Indonesia

2. OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

OJK (Otoritas Jasa Keuangan) adalah sebuah lembaga yang bertugas untuk mengatur dan mengawasi hal-hal yang berkaitan dengan setiap kegiatan yang ada dalam sektor jasa keuangan. Pelaksanaan fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan dari aspek pelaksanaan prinsip ke hati-hatian dan tata kelola yang baik dilaksanakan oleh OJK sebagaimana halnya pada perbankan Syariah maupun konvensional, namun dengan pengaturan dan sistem pengawasan yang di sesuaikan dengan kekhasan sistem operasional perbankan.

Di samping itu, OJK merupakan lembaga yang didirikan oleh pemerintah sehingga setiap kegiatan operasional yang dilakukan harus sesuai atau sejalan dengan keputusan yang telah dibuat oleh pihak pemerintah. OJK didirikan pada tahun 2013 berdasarkan Undang-undang No 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan. OJK melakukan pengawasan terhadap individual bank. OJK sebagai lembaga pengatur dan pengawas di Lembaga keuangan juga memiliki fungsi dan kewenangan untuk melakukan integrasi arah kebijakan, strategi, dan tahapan

pengembangan di industri keuangan, termasuk di IKNB. Tentu instrumen regulasi yang dikeluarkan juga sesuai dengan prinsip perbankan, termasuk perbankan syariah, dengan melibatkan DSN MUI.

OJK sebagai pengawas industri keuangan, diharapkan membuat kebijakan dan peraturan lebih baik sehingga bisa mendorong kemajuan industri keuangan nasional. Agar lembaga ini kredibel, OJK diharapkan pelaku industri keuangan mengupayakan beberapa langkah.

- a. menerapkan secara konsisten *prudential regulation* yang berlaku secara internasional,
- b. meregulasi instrumen keuangan dan pasarnya,
- c. mengembangkan transparansi dan membangun pendukung untuk menciptakan *market discipline*

sebelumnya Bank Indonesia masih belum efektif menciptakan lembaga perbankan yang bebas dari intervensi pemangku kekuasaan, terkhusus bank syariah dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah, sehingga dengan keberadaan OJK, diharapkan pengawasan kinerja perbankan berjalan secara seimbang, di samping adanya pengawasan internal, juga ada pengawasan eksternal oleh OJK. OJK sebagai otoritas yang memegang penuh kewenangan pengawasan, pengaturan, penyidikan, dan perlindungan konsumen dalam menghadapi kondisi tersebut harus mampu memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi nasabah lembaga keuangan .

OJK mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, dan penyidikan terhadap Lembaga Jasa Keuangan, baik perbankan maupun non perbankan. Pengaturan dan pengawasan bank oleh OJK meliputi wewenang sebagai berikut:

- a. Kewenangan untuk menetapkan tata cara perizinan (*right to license*) dan pendirian suatu bank, meliputi pemberian izin dan pencabutan izin usaha bank, pemberian izin pembukaan, penutupan dan pemindahan kantor bank, pemberian persetujuan atas kepemilikan dan kepengurusan bank, pemberian izin kepada bank untuk menjalankan kegiatan-kegiatan usaha tertentu.
- b. Kewenangan untuk menetapkan ketentuan (*right to regulate*) yang menyangkut aspek usaha dan kegiatan perbankan dalam rangka

menciptakan perbankan sehat guna memenuhi jasa perbankan yang diinginkan masyarakat.

- c. Kewenangan untuk mengawasi meliputi:
 - pengawasan bank secara langsung (*on-site supervision*) terdiri dari pemeriksaan umum dan pemeriksaan khusus dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran keadaan keuangan bank dan untuk memantau tingkat kepatuhan bank terhadap peraturan yang berlaku, serta untuk mengetahui apakah terdapat praktik-praktik tidak sehat yang membahayakan kelangsungan usaha bank; dan
 - pengawasan tidak langsung (*off-site supervision*) yaitu pengawasan melalui alat pemantauan seperti laporan berkala yang disampaikan bank, laporan hasil pemeriksaan, dan informasi lainnya.
- d. Kewenangan untuk mengenakan sanksi (*right to impose sanction*), yaitu kewenangan untuk menjatuhkan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan terhadap bank apabila suatu bank kurang atau tidak memenuhi ketentuan. Tindakan ini mengandung unsur pembinaan agar bank beroperasi sesuai dengan asas perbankan yang sehat.
- e. Kewenangan untuk melakukan penyidikan (*right to investigate*), yaitu kewenangan untuk melakukan penyidikan di Sektor Jasa Keuangan (SJK), termasuk perbankan. Penyidikan dilakukan oleh penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia (RI) dan pejabat Pegawai Negeri Sipil di lingkungan OJK. Hasil penyidikan disampaikan kepada Jaksa untuk dilakukan penuntutan.
- f. Kewenangan untuk melakukan perlindungan konsumen (*right to protect*), yaitu kewenangan untuk melakukan perlindungan konsumen dalam bentuk pencegahan kerugian Konsumen dan masyarakat, pelayanan pengaduan konsumen, dan pembelaan hukum.

3. DSN MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia)

Hal penting yang membedakan bank islam dari bank konvensional adalah adanya Dewan Pengawas Syariah, yang bersifat *independent* kepada Para praktisi ekonomi syaria'h, masyarakat dan pemerintah (regulator) membutuhkan fatwa-fatwa syariah dari lembaga DSN MUI

berkaitan dengan praktek dan produk di Lembaga perbankan dan keuangan syariah. Perkembangan lembaga keuangan syariah yang demikian cepat harus diimbangi dengan fatwa-fatwa hukum syari'ah yang valid dan akurat, agar seluruh produknya memiliki landasan yang kuat secara syari'ah. Masalah pemenuhan prinsip syariah memang hal yang unik bank syariah, karena hakikinya bank syariah adalah bank yang menawarkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Kepatuhan pada prinsip syariah menjadi sangat fundamental karena hal inilah yang menjadi alasan dasar eksistensi bank syariah. Selain itu, kepatuhan pada prinsip syariah dipandang sebagai sisi kekuatan bank syariah. Dengan konsisten pada norma dasar dan prinsip syariah maka kemaslahatan berupa kestabilan sistem, keadilan dalam berkontrak dan terwujudnya tata kelola yang baik dapat berwujud.

Sistem dan mekanisme untuk menjamin pemenuhan kepatuhan syariah yang menjadi isu penting dalam pengaturan bank syariah. Dalam kaitan ini lembaga yang memiliki peran penting adalah Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan kewenangan kepada MUI yang fungsinya dijalankan oleh organ khususnya yaitu DSN-MUI untuk menerbitkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk bank. Kemudian Peraturan Bank Indonesia (sekarang POJK) menegaskan bahwa seluruh produk perbankan syariah hanya boleh ditawarkan kepada masyarakat setelah bank mendapat fatwa dari DSN-MUI dan memperoleh izin dari OJK. Pada tataran operasional pada setiap bank syariah juga diwajibkan memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang fungsinya ada dua, pertama fungsi pengawasan syariah dan kedua fungsi *advisory* (penasehat) ketika bank dihadapkan pada pertanyaan mengenai apakah suatu aktivitasnya sesuai syariah, serta dalam proses melakukan pengembangan produk yang akan disampaikan kepada DSN untuk memperoleh fatwa. Selain fungsi-fungsi itu, dalam perbankan syariah juga diarahkan memiliki fungsi internal audit yang fokus pada pemantauan kepatuhan syariah untuk membantu DPS, serta dalam pelaksanaan audit eksternal yang digunakan bank syariah adalah auditor yang memiliki kualifikasi dan kompetensi di bidang syariah. Tugas Dewan Pengawas Syariah adalah melakukan pengawasan pada Bank Islam yang mengacu pada fatwa Dewan Syariah Nasional serta norma-

norma syariah menyangkut operasionalisasi bank, produk Bank Islam, dan moral manajemen.

Dewan Pengawas Syariah wajib dibentuk di Bank Syariah dan Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS maupun BPRS. Dewan Pengawas Syariah(DPS) diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia. Dewan Pengawas Syariah bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan Prinsip Syariah.

Tugas dan tanggung jawab DPS secara rinci meliputi :

- a. menilai dan memastikan pemenuhan Prinsip Syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan Bank;
- b. mengawasi proses pengembangan produk baru Bank;
- c. meminta fatwa kepada Dewan Syariah Nasional untuk produk baru Bank yang belum ada fatwanya;
- d. melakukan *review* secara berkala atas pemenuhan prinsip syariah terhadap mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank; dan
- e. meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja Bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya.

4. Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) bermula dari peristiwa yang terjadi pada Lembaga Industri perbankan yang merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam perekonomian nasional demi menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Stabilitas industri perbankan sangat mempengaruhi stabilitas perekonomian secara keseluruhan.

Pada tahun 1998, krisis moneter dan perbankan yang menghantam Indonesia, yang ditandai dengan dilikuidasinya 16 bank, mengakibatkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat pada sistem perbankan. Untuk mengatasi krisis yang terjadi, pemerintah mengeluarkan beberapa kebijakan di antaranya memberikan jaminan atas seluruh kewajiban pembayaran bank, termasuk simpanan masyarakat (*blanket guarantee*).

Dalam pelaksanaannya, *blanket guarantee* memang dapat menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan, namun ruang lingkup penjaminan yang terlalu luas menyebabkan timbulnya moral *hazard* baik dari sisi pengelola bank maupun masyarakat. Untuk mengatasi hal tersebut dan agar tetap menciptakan rasa aman bagi nasabah penyimpan serta menjaga stabilitas sistem perbankan, program penjaminan yang sangat luas lingkungannya tersebut perlu digantikan dengan sistem penjaminan yang terbatas.

Pada tanggal 22 September 2004, Presiden Republik Indonesia mengesahkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 tentang Lembaga Penjamin Simpanan. Di mana LPS, suatu lembaga independen yang berfungsi menjamin simpanan nasabah penyimpan dan turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai dengan kewenangannya

Adapun Fungsi Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yaitu Menjamin simpanan nasabah penyimpan dan Turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai dengan kewenangannya serta Merumuskan, menetapkan, dan melaksanakan kebijakan penyelesaian Bank Gagal yang tidak berdampak sistemik dan penanganannya.

Adapun wewenang Tugas Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yaitu :

- a. Menetapkan dan memungut premi penjaminan.
- b. Menetapkan dan memungut kontribusi pada saat bank pertama kali menjadi peserta.
- c. Melakukan pengelolaan kekayaan dan kewajiban LPS.
- d. Mendapatkan data simpanan nasabah, data kesehatan bank, laporan keuangan bank, dan laporan hasil pemeriksaan bank sepanjang tidak melanggar kerahasiaan bank.
- e. Melakukan rekonsiliasi, verifikasi, dan atau konfirmasi atas data poin 4
- f. Menetapkan syarat, tata cara, dan ketentuan pembayaran klaim.
- g. Menunjuk, menguasai, dan/atau menugaskan pihak lain untuk bertindak bagi kepentingan dan/atau atas nama LPS, guna melaksanakan sebagian tugas tertentu.
- h. Melakukan penyuluhan kepada bank dan masyarakat tentang penjaminan simpanan.
- i. Menjatuhkan sanksi administratif.

5. IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia)

Ikatan Akuntan Indonesia yang selanjutnya disebut IAI, adalah organisasi profesi yang menaungi seluruh Akuntan Indonesia secara keseluruhan, baik yang berpraktik sebagai akuntan sektor publik, akuntan sektor privat, akuntan pendidik, akuntan publik, akuntan manajemen, akuntan pajak, akuntan forensik, dan lainnya.

IAI bertanggung jawab menyelenggarakan ujian sertifikasi akuntan profesional menjaga kompetensi melalui penyelenggaraan pendidikan profesional berkelanjutan, menyusun dan menetapkan kode etik, standar profesi, dan standar akuntansi, menerapkan penegakan disiplin anggota, serta mengembangkan profesi akuntan Indonesia.

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) dan Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan (ISAK) yang diterbitkan oleh Dewan Standar Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) dan Dewan Standar Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (DSAS IAI) serta peraturan regulator Lembaga keuangan untuk entitas yang berada di bawah pengawasannya. Perusahaan yang memiliki akuntabilitas publik, regulator yang berusaha menciptakan infrastruktur pengaturan yang dibutuhkan, khususnya dalam transaksi serta pengguna informasi laporan keuangan dapat menggunakan SAK sebagai suatu panduan dalam meningkatkan kualitas informasi yang dihasilkan dalam laporan keuangan.

IAI menyadari bahwa transaksi syariah memiliki keunikan tersendiri sehingga membutuhkan adanya standar akuntansi syariah. Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) IAI menerbitkan standar akuntansi syariah pertama di Indonesia, yaitu Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 59 tentang Akuntansi Perbankan. Selanjutnya Standar Akuntansi Syariah (SAS) adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Syariah yang ditujukan untuk entitas yang melakukan transaksi syariah baik entitas lembaga syariah maupun lembaga non syariah. Pengembangan SAS dilakukan dengan mengikuti model SAK umum namun berbasis syariah dengan mengacu kepada fatwa MUI. SAS ini terdiri dari PSAK 100 sampai dengan PSAK 106 yang mencakup kerangka konseptual; penyajian laporan keuangan syariah; akuntansi produk perbankan Syariah

6. Badan Arbitrase Nasional Indonesia

Dalam interaksi antara konsumen dengan Lembaga Jasa Keuangan (LJK) termasuk perbankan yang dinamis, ditambah dengan jumlah produk dan layanan jasa keuangan perbankan yang selalu berkembang; kemungkinan terjadinya sengketa tak terhindarkan. Hal tersebut disebabkan beberapa faktor, di antaranya adalah perbedaan pemahaman antara konsumen dengan LJK mengenai suatu produk atau layanan jasa keuangan terkait. Sengketa juga dapat disebabkan kelalaian konsumen atau LJK dalam melaksanakan kewajiban dalam perjanjian terkait produk atau layanan dimaksud.

Dalam Peraturan OJK tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan diatur bahwa setiap LJK wajib memiliki unit kerja dan atau fungsi serta mekanisme pelayanan dan penyelesaian pengaduan bagi konsumen. Jika penyelesaian sengketa di LJK tidak mencapai kesepakatan, konsumen dapat melakukan penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dilakukan melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS). Selanjutnya Badan Arbitrase Nasional Indonesia adalah lembaga independen yang memberikan jasa beragam yang berhubungan dengan arbitrase, mediasi dan bentuk-bentuk lain dari penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

Sedangkan arbitrase syariah adalah suatu mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan persetujuan para pihak yang berkepentingan untuk menyerahkan sengketa yang ditempuh melalui lembaga arbitrase syariah dalam hal sengketa tersebut merupakan sengketa yang berhubungan dengan sengketa bisnis syariah yang bersifat perdata secara umum

Dalam memberikan dukungan kelembagaan yang diperlukan untuk bertindak secara otonomi dan independen dalam penegakan hukum dan keadilan, BANI telah mengembangkan aturan dan tata cara sendiri, termasuk batasan waktu di mana Majelis Arbitrase harus memberikan putusan. Aturan ini dipergunakan dalam arbitrase domestik dan internasional yang dilaksanakan di Indonesia. penyelesaian sengketa di luar pengadilan telah menjadi pilihan pelaku bisnis untuk menyelesaikan sengketa bisnis mereka. Selain karakteristik cepat, efisien dan tuntas,

arbitrase menganut prinsip *win-win solution*, dan tidak bertele-tele karena tidak ada lembaga banding dan kasasi. Biaya arbitrase juga lebih terukur, karena prosesnya lebih cepat. Keunggulan lain arbitrase adalah putusannya yang serta-merta (final) dan mengikat (*binding*), selain sifatnya yang rahasia (*confidential*), di mana proses persidangan dan putusan arbitrase tidak dipublikasikan. BANI menyediakan jasa-jasa bagi penyelenggaraan penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau bentuk-bentuk alternatif penyelesaian sengketa lainnya, seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi dan pemberian pendapat yang mengikat sesuai dengan peraturan atau peraturan prosedur lainnya yang disepakati oleh para pihak yang berkepentingan. Penyelesaian sengketa secara damai melalui arbitrase di BANI dilandasi itikad baik para pihak dengan berlandaskan tata cara kooperatif dan non-konfrontatif.

7. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI)

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) adalah lembaga pendidikan perbankan pengembangan sumber daya manusia perbankan dan jasa keuangan yang pengelolaannya yang memiliki hubungan dengan Bank Indonesia Bank Negara Indonesia, Bank Industri Negara, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Pos, Perbanas dan Yayasan Pendidikan Kader Bank. didirikan pada 18 Desember 1958. Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misinya LPPI telah bekerja sama dengan berbagai *training provider* dari negara lain. Kegiatannya antara lain pendidikan, pelatihan, penelitian, pengembangan serta konsultasi terkait perbankan baik syariah maupun konvensional. Pengelolaannya berada di bawah Bank Sentral. LPPI diyakini mampu menjadi lembaga terpercaya dalam pemenuhan SDM yang handal dan mampu dalam mendukung transformasi industri keuangan.

8. BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) dan LSPP

BNSP merupakan badan independen yang bertanggung jawab kepada Presiden yang memiliki kewenangan sebagai otoritas sertifikasi personal dan bertugas melaksanakan sertifikasi kompetensi profesi bagi tenaga kerja termasuk Lembaga perbankan dan keuangan. Pembentukan BNSP merupakan bagian integral dari pengembangan paradigma baru dalam

sistem penyiapan tenaga kerja yang berkualitas. sistem penyiapan tenaga kerja dalam format paradigma baru terdapat dua prinsip yang menjadi dasarnya, yaitu : pertama, penyiapan tenaga kerja didasarkan atas kebutuhan pengguna (*demand driven*); dan kedua, proses diklat sebagai wahana penyiapan tenaga kerja dilakukan dengan menggunakan pendekatan pelatihan berbasis kompetensi.

BNSP Menjadi lembaga otoritas sertifikasi profesi yang independen dan terpercaya dalam menjamin kompetensi tenaga kerja di dalam maupun luar negeri. Tugas BNSP yaitu Mengembangkan sistem sertifikasi kompetensi profesi yang terpercaya, Meningkatkan rekognisi dan daya saing tenaga kerja Indonesia di dalam maupun di luar negeri serta Membangun kerja sama saling pengakuan sertifikasi kompetensi secara internasional termasuk di bidang perbankan. Lembaga di bawah BNSP yang fokus terhadap perbankan yaitu LSPP (Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan) yang di dirikan oleh asosiasi profesi dan asosiasi *industry* perbankan. kehadiran LSP Perbankan merupakan upaya mendukung pilar keempat Arsitektur Perbankan Indonesia (API), yaitu menciptakan industri perbankan yang kuat dan memiliki daya saing yang tinggi serta memiliki ketahanan dalam menghadapi risiko. Untuk ke arah tersebut, diperlukan antara lain, standar baku kompetensi kerja agar tercipta kesetaraan dan peningkatan profesionalitas bankir.

9. NOTARIS

Notaris adalah sebuah sebutan profesi untuk seseorang yang telah mendapatkan pendidikan hukum yang di lisensi oleh pemerintah untuk melakukan hal-hal hukum, khususnya sebagai saksi penandatanganan pada dokumen. Bentuk profesi notaris berbeda-beda tergantung pada sistem hukum. Jabatan notaris ini tidak ditempatkan di lembaga eksekutif, legislatif, ataupun yudikatif. Notaris diharapkan memiliki posisi netral, sehingga apabila ditempatkan di salah satu dari ketiga badan negara tersebut maka notaris tidak lagi dapat dianggap netral. Dengan posisi netral tersebut, notaris diharapkan untuk memberikan penyuluhan hukum untuk dan atas tindakan hukum yang dilakukan notaris atas permintaan kliennya termasuk perbankan. Dalam hal melakukan tindakan hukum untuk kliennya, notaris juga tidak boleh memihak kliennya, karena tugas

notaris ialah untuk mencegah terjadinya masalah. Adapun Tugas Notaris dalam perbankan yaitu :

- a. Membukukan surat-surat di bawah tanda tangan dengan mendaftarkan dalam buku khusus (*waarmerking*).
- b. Melakukan pengesahan kecocokan fotokopi dengan surat aslinya (*legalisir*).
- c. Memberikan penyuluhan hukum perihal pembuatan akta.
- d. Membuat akta risalah lelang.
- e. Membuat akta yang berhubungan dengan pertanahan.
- f. Membuat kopi dari surat asli di bawah tanda tangan berupa salinan yang memuat uraian sebagaimana dituliskan dalam surat yang bersangkutan.
- g. Membetulkan kesalahan tulis atau kesalahan ketik yang terdapat pada akta yang sudah di tanda tangan, dengan membuat berita acara dan memberikan catatan terkait.

notaris memiliki wewenang untuk membuat akta autentik mengenai semua perbuatan, perjanjian, dan penetapan yang diharuskan oleh peraturan perundang-undangan dan/atau yang dikehendaki oleh yang berkepentingan untuk dinyatakan dalam akta autentik, menjamin kepastian tanggal pembuatan akta, menyimpan akta, memberikan grosse, salinan, dan kutipan akta, semuanya itu sepanjang pembuatan akta tidak juga ditugaskan atau dikecualikan kepada pejabat lain atau orang lain yang ditetapkan oleh undang-undang.

Dalam dunia perbankan, akta Notaris diperlukan untuk menciptakan alat bukti berupa akta otentik. Bank Syariah yang masih subsistem dari Bank Konvensional dalam melakukan kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan sangat berkepentingan untuk membuat akad pembiayaan. Untuk kepentingan tersebut Bank Syariah memerlukan jasa Notaris untuk membuat akta akad pembiayaan. Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang diajukan adalah mengenai peranan Notaris dalam membuat akta akad pembiayaan di Bank Syariah dan tanggung jawab Notaris dalam membuat akta akad pembiayaan.

C. SOFT INFRASTRUCTURE PERBANKAN

Perbankan Syariah maupun konvensional yang berkembang begitu cepat sekarang ini merupakan hasil dari sinergi Lembaga Lembaga dan *industry* pendukung yang menjadi *stakeholders* perbankan. Lembaga dan *industry* tersebut mulai dari yang bertugas untuk menjalankan peran sebagai pengawas fungsi perbankan, mengurus sengketa yang mungkin terjadi, asosiasi *industry* keuangan, sampai yang berfungsi untuk menyediakan jasa layanan konsultasi mengenai Lembaga keuangan dan sebagainya. Lembaga tersebut menjalankan peran masing-masing sesuai dengan visi dan misinya dengan tujuan yang sama, yakni menjadikan perbankan menjadi bank pilihan masyarakat. Termasuk perbankan Syariah Bukan hanya karena keislamannya, tetapi juga secara filosofis perbankan Syariah memiliki transparansi dan keadilan bagi masyarakat, dari sanalah kemudian terwujud pemerataan di masyarakat. Perkembangan industri perbankan di Indonesia ke depan mengacu pada struktur perencanaan sistematis yang tertuang dalam cetak biru Pengembangan Perbankan. Tentunya juga mengacu pada pedoman perencanaan yaitu :

- a. Arsitektur Perbankan Indonesia
- b. Arsitektur sistem keuangan Indonesia

Blueprint perbankan memiliki visi dan misi yang diyakini dapat memberikan arah pembangunan untuk mencapai kemanfaatan yang sebesar-besarnya bagi perekonomian nasional. Bank Indonesia telah mempersiapkan semua pedoman pembangunan tersebut yang masing-masing telah diselaraskan dengan langkah dan program yang sesuai dengan harapan Tujuan dari masing-masing pedoman dan pengembangan *blueprint* Arsitektur Perbankan Indonesia dan arsitektur sistem keuangan Indonesia dapat menjadi pedoman yang relevan dan signifikan secara maksimal untuk mewujudkan sistem perbankan Indonesia yang kuat dan mencapai pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan .secara maksimal.

Adapun aspek-aspek yang berkontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan layanan dan manajemen perbankan yang termasuk ke dalam *Soft Infrastructure* yaitu :

- a. Arsitektur perbankan Indonesia Kerangka Pengaturan dan pengawasan
- b. Landasan Hukum Perundang-undangan
- c. Kerangka Syariah yang Efektif dan Dinamis
- d. Tata Kelola (*Good Governance*)
- e. Transparansi
- f. Manajemen Risiko

1. Arsitektur Perbankan Di Indonesia

Arsitektur Perbankan Indonesia merupakan suatu kerangka dasar pengembangan sistem perbankan Indonesia yang bersifat menyeluruh untuk rentang waktu lima sampai sepuluh tahun ke depan Dengan tujuan untuk memperkuat fundamental industri perbankan di Indonesia antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Menciptakan sistem perbankan yang sehat, kuat, dan efisien.
- b. Menciptakan kestabilan sistem keuangan,
- c. Mendorong pertumbuhan ekonomi nasional

Arsitektur perbankan nasional bukan hanya merupakan suatu *policy recommendation* bagi industri perbankan nasional dalam menghadapi segala perubahan yang terjadi di masa mendatang melainkan juga menjadi *policy direction* mengenai arah yang harus ditempuh oleh perbankan dalam kurun waktu yang cukup panjang. Dengan demikian arsitektur perbankan itu merupakan suatu *blueprint* mengenai tatanan industri perbankan ke depan, bagaimana arah serta bentuknya dan menyangkut hampir semua aspek yang berhubungan dengan perbankan seperti misalnya kelembagaan, struktur, pengawasan, pengaturan dan lembaga penunjang lainnya. Walaupun bersifat *policy direction*, arsitektur perbankan tersebut juga harus memuat tahapan-tahapan dan langkah-langkah kegiatan (*action plans*) yang bersifat konkrit mengenai implementasinya.

Di samping itu, arsitektur perbankan nasional dapat berfungsi sebagai alat untuk perubahan-perubahan industri perbankan ke depan, yang berarti, arsitektur perbankan akan menjadi *benchmark*, platform maupun sasaran yang akan dituju oleh perbankan nasional. diharapkan industri

perbankan nasional bersama-sama dengan *stakeholders* lainnya akan mengetahui bagaimana bentuk dan wujud perbankan kita dalam kurun waktu sepuluh tahun ke depan baik itu dari sisi regulasinya, pengawasan, struktur kelembagaan dan sebagainya.

a. Program peningkatan kualitas manajemen dan operasional perbankan
"Menciptakan *good corporate governance* dalam rangka memperkuat kondisi internal perbankan nasional"

Program ini bertujuan untuk meningkatkan *good corporate governance* (GCG), kualitas manajemen risiko dan kemampuan operasional manajemen. Semakin tingginya standar GCG dengan didukung oleh kemampuan operasional (termasuk manajemen risiko) yang handal diharapkan dapat meningkatkan kinerja operasional perbankan. Dalam waktu dua sampai lima tahun ke depan diharapkan kondisi internal perbankan nasional menjadi semakin kuat.

b. Program pengembangan infrastruktur perbankan

"Mewujudkan infrastruktur yang lengkap untuk mendukung terciptanya industri perbankan yang sehat"

Program ini bertujuan untuk mengembangkan sarana pendukung operasional perbankan yang efektif seperti *credit bureau*, lembaga pemeringkat kredit domestik, dan pengembangan *skim* penjaminan kredit. Pengembangan *credit bureau* akan membantu perbankan dalam meningkatkan kualitas keputusan kreditnya. Penggunaan lembaga pemeringkat kredit dalam *publicly-traded debt* yang dimiliki bank akan meningkatkan transparansi dan efektivitas manajemen keuangan perbankan. Sedangkan pengembangan *skim* penjaminan kredit akan meningkatkan akses kredit bagi masyarakat.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebut, industri keuangan syariah di Indonesia memiliki infrastruktur pendukung terlengkap di dunia. Di mana, kelengkapan tersebut terlihat dari besarnya jumlah kementerian yang terlibat dalam penyediaan infrastruktur syariah di dalam negeri. arsitektur perbankan lebih memberikan nuansa yang bersifat lebih komprehensif dan luas mengenai tatanan perbankan yang didinginkan untuk ke depan.

Mengacu kepada tantangan – tantangan yang dihadapi perbankan, maka ke-enam pilar Arsitektur perbankan Indonesia sebagaimana diuraikan di depan akan dilaksanakan melalui beberapa program kegiatan sebagai berikut:

- 1) Program Penguatan Struktur Perbankan Nasional
- 2) Program peningkatan kualitas pengaturan perbankan
- 3) Program peningkatan fungsi pengawasan
- 4) Program peningkatan kualitas manajemen dan operasional perbankan
- 5) Program pengembangan infrastruktur perbankan
- 6) Program peningkatan perlindungan nasabah



Gambar 1 : Enam Pilar Arsitektur Perbankan Indonesia

2. Landasan Hukum Perundang-undangan perbankan di Indonesia

Pada dasarnya, suatu peraturan perundang-undangan tidak dapat begitu saja dibentuk dan disahkan hingga diberlakukan. Terdapat beberapa tahapan kebijakan publik yang harus dilakukan agar peraturan perundang-undangan dapat dibuat. Salah satu tahapan tersebut yaitu memastikan adanya landasan hukum yang kuat dalam pembentukan peraturan perundang-undangan termasuk Lembaga perbankan dan keuangan. landasan hukum pembentukan perundang-undangan di

Indonesia sendiri terbagi menjadi beberapa jenis seperti penjelasan berikut ini:

a. Landasan Filosofis

landasan ini yaitu ketika suatu peraturan perundang-undangan hendak dibentuk, maka ia harus sesuai dengan cita-cita dan pandangan hidup rakyat. peraturan perundang-undangan juga dikatakan memiliki landasan filosofis ketika ia sesuai dengan cita-cita dan filsafat kehidupan bangsa. Jika kita berbicara dalam sudut pandang rakyat Indonesia, maka sebuah peraturan perundang-undangan harus sesuai dengan filsafat kehidupan bangsa ini, yaitu nilai-nilai dasar Pancasila.

b. Landasan Sosiologis

landasan sosiologis bagi pembentukan maksud peraturan perundang-undangan yaitu ketentuan yang terdapat di dalamnya harus bersesuaian dengan peraturan perundang-undangan kesadaran hukum di tengah masyarakat, keyakinan umum, tata nilai dan norma, serta hukum yang ada di tengah masyarakat agar peraturan perundang-undangan yang hendak dibuat dapat dilaksanakan.

c. Landasan Yuridis

landasan ini yaitu suatu peraturan perundang-undangan harus memiliki dasar yuridis (dasar hukum), legalitas, dan landasan hukum yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan yang derajatnya lebih tinggi atau sederajat menurut hierarki peraturan perundang-undangan.

3. ***Good Corporate Governance (GCG) di Perbankan***

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasional bergantung pada dana yang dipercayakan oleh pengguna jasanya atau nasabah (BI 2018). Dalam menstabilkan suatu perekonomian suatu negara tidak terlepas dipengaruhi oleh Kesehatan dari sistem perbankan tersebut. Di mana jika tidak ada peran lembaga bank yang mampu menghimpun, mengelola serta menyalurkan dana dari nasabah, maka sektor-sektor di bidang perekonomian juga tidak akan berkembang. Maka dari itu, manajemen operasional dan prinsip kerjanya sangatlah penting untuk dikembangkan dengan baik dan sistematis.

Salah satu cara untuk menilai sistem kerja suatu bank adalah melalui penilaian *Good Corporate Governance* atau GCG. GCG Perbankan adalah suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggung Jawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*). Dasar-dasar inilah yang digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan tugas dan juga tanggung jawab yang diemban oleh Dewan Komisaris, Direksi, Komite-Komite beserta satuan kerja sebuah lembaga bank. Adapun prinsip-prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Keterbukaan (*Transparancy*)

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, pejabat intern bank beserta seluruh jajaran *staff* harus bisa mengungkapkan informasi dengan jelas, lugas, akurat, dan dapat di perbandingkan. Tujuannya agar seluruh *stakeholders* atau pemegang saham dapat mengakses informasi tersebut sesuai dengan haknya. Informasi tersebut meliputi namun tidak terbatas pada visi dan misi, strategi dan rencana perusahaan, informasi keuangan dan non keuangan, susunan pejabat dan juga sistem pengawasan, penerapan sistem kepatuhan, serta manajemen risiko. Sehingga, semua kebijakan bank harus dikomunikasikan dan di data dengan akurat kepada jajaran pemegang saham yang berhak atas informasi tersebut. Walau demikian, sebagai penyedia jasa pengelolaan keuangan, pejabat intern bank juga harus bisa memegang data-data sensitif yang berkaitan dengan data pribadi nasabah dan ketentuan rahasia bank sesuai dengan peraturan undang-undang.

b. Akuntabilitas

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, bank harus bisa membuat program kerja dan tanggung jawab tiap-tiap satuan tugas dengan jelas yang mencerminkan visi dan misi serta strategi perusahaan. Oleh karena itu, sangat penting bagi bank untuk memilih tenaga kerja yang kompeten sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Demikian pula dalam hal sistem pengawasan dan manajemen risiko, lembaga bank harus dapat menerapkan disiplin tinggi bagi setiap satuan tugas dengan sistem *reward and punishment* yang jelas dan transparan.

c. Tanggung jawab

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, bank harus selalu menerapkan prinsip ke hati-hatian (*prudential banking practice*), terutama yang berkaitan dengan data-data nasabah dan pengelolaan dana. Semua *standart* operasional harus didukung dengan peraturan dan sistem yang jelas dan lugas untuk menjamin dilaksanakannya peraturan yang berlaku. Selain itu, bank juga harus menjadi cerminan perusahaan yang baik dan peduli terhadap lingkungan sekitar dan juga peka terhadap tanggung jawab sosial.

d. Independensi

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, bank harus dapat mengambil keputusan yang objektif dan bebas dari tekanan oleh pihak manapun. Hal ini dilakukan untuk menghindari dominasi oleh salah satu atau sebagian dari jajaran pemegang saham yang bisa mempengaruhi strategi perusahaan dan kebijakan-kebijakan yang diambil serta mencegah benturan kepentingan dari pemegang saham.

e. Kewajaran

Dalam menjalankan tugas-tugasnya, bank harus bisa memperhatikan kepentingan seluruh jajaran pemegang saham dengan adil dan merata. Pengambilan keputusan harus dilakukan dengan terbuka dan diketahui oleh seluruh pemegang saham dengan hak dan kewajiban yang seimbang. Pemegang saham juga berhak untuk memberikan masukan-masukan yang terkait dengan kinerja bank dan menyampaikan pendapat dengan bebas serta mengakses informasi-informasi sesuai dengan prinsip keterbukaan.

Untuk memastikan berjalannya GCG dalam sebuah lembaga bank, Bank Indonesia mewajibkan setiap lembaga bank melakukan *self assesment* dan melaporkan hasilnya. Pelaksanaan GCG adalah salah satu alat untuk membangun kepercayaan nasabah, masyarakat maupun dunia internasional yang merupakan syarat mutlak bagi suatu lembaga bank untuk berkembang. Produk utama bank adalah jasa pengelolaan uang bagi masyarakat, tentunya tanpa ada kepercayaan yang penuh, masyarakat tidak akan mau membiarkan suatu bank untuk menyimpan dan mengelola

dana yang dititipkan. Dengan kata lain, penerapan GCG akan berpengaruh pada kode etik perbankan yang menjadi faktor penting dalam menjalankan kegiatan operasional bank sehari-hari.

4. Manajemen Risiko dalam Perbankan

Manajemen risiko merupakan salah satu hal yang harus dan wajib dilakukan oleh setiap manajemen bank untuk mempertahankan kelangsungan perbankan Indonesia saat ini. Manajemen risiko dalam perbankan sering kali masih menjadi persoalan mendasar dalam dunia perbankan Indonesia, bahkan dalam konteks perbankan syariah sekalipun. Setiap usaha tentu saja mempunyai risiko masing-masing tergantung jenis dari usaha yang dijalankan, tak terkecuali usaha perbankan. Perbankan sekalipun memang kadang dipandang sebagai suatu bisnis yang aman, tetapi banyak pula risiko yang mengancam sehingga segala risiko pun harus diolah dan dibuat segala manajemen risiko yang terkait sehingga dapat mengurangi risiko perbankan yang ada. Risiko yang dimaksudkan di sini adalah risiko yang memang dapat menimbulkan kerugian di masa yang akan datang, sehingga risiko yang bisa saja paling mengancam adalah risiko kredit di mana akan diatasi dengan analisis kredit. Selain itu efektivitas dari manajemen risiko ini masih perlu dipertanyakan karena memang masih terdapat berbagai celah yang harus diperbaiki. Pihak manajemen bank sendiri masih menggunakan prinsip mengutamakan keuntungan perusahaan sehingga sering berbenturan dengan risiko yang biasanya melekat pada setiap kebijakan yang diambil.

Para pelaku perbankan harus memperbarui pengetahuan mengenai perbankan, dan para pengawas perbankan juga harus mengetahui mengenai tren risiko perbankan yang mungkin akan dihadapi di masa yang akan datang. Perbankan terus bergerak dengan dinamis sehingga manajemen risiko sangat penting. Menciptakan perbankan yang stabil, ada banyak risiko faktor yang turut berperan, akan tetapi pengawasan perbankan dianggap menjadi salah satu faktor terpenting dalam menciptakan iklim perbankan yang sehat.

Manajemen risiko dalam perbankan salah satunya juga ditempuh melalui pengawasan perbankan yang baik ini, tidak hanya semata-mata dengan analisis kredit atau keuangan saja. Analisis seperti itu tidaklah

cukup efektif untuk mengolah risiko yang ada. Akan tetapi, hal penting yang tidak boleh kita abaikan adalah mengenai pembentukan sistem pengawasan perbankan yang baik, antara lain sudah tepat atau belumkah pendekatan yang digunakan dalam pengawasan perbankan, serta bagaimana sumber daya manusia yang digunakan sebagai sumber penggerak utama.

Peranan manajemen Untuk menerapkan sebuah kebijakan, tentu saja hal ini tidaklah dapat terlepas dari peran para manajemen bank yang turut serta mengawasi dan menentukan jalannya kebijakan. Begitu juga dalam penerapan manajemen risiko di mana para manajer maupun manajer senior hingga jajaran direksi dituntut untuk menuntun jalannya penerapan manajemen risiko serta mengawasi apakah manajemen risiko dalam perbankan yang dijalankan dapat dengan efektif mengurangi risiko kerugian di masa yang akan datang.

D. RANGKUMAN MATERI

Perkembangan Industri perbankan memiliki sejumlah infrastruktur keras (*hard infrastructure*) beserta infrastruktur Lunak (*soft infrastructure*) di tingkat nasional maupun internasional yang dibutuhkan. Adapun bagian penting dari infrastruktur keras (*hard infrastructure*) terdiri atas lembaga regulator dan pengawasan serta pendukung di antaranya yaitu: Bank Indonesia , OJK (Otoritas Jasa Keuangan) , DSN MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia), Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia), Badan Arbitrase Nasional Indonesia, Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) , BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) dan LSPP dan NOTARIS. Sedangkan aspek-aspek yang berkontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan layanan dan manajemen perbankan yang termasuk ke dalam perangkat lunak (*Soft Infrastructure*) yaitu: Landasan Hukum Perundang-undangan, Arsitektur perbankan Indonesia Kerangka Pengaturan dan pengawasan, Kerangka Syariah yang Efektif dan Dinamis, Tata Kelola (*Good Governance*), Transparansi dan Manajemen Risiko.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Cobalah saudara tuliskan yang termasuk bagian dari perangkat keras (*hard infrastructure*) perbankan?
2. Cobalah saudara tuliskan yang termasuk bagian dari perangkat lunak (*soft infrastructure*) perbankan?
3. Sebutkan peran dan fungsi LPS yang anda ketahui?
4. Siapa saja Lembaga yang termasuk ke dalam regulator dalam perbankan?
5. Tuliskan prinsip - prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang termasuk di *soft infrastructure* di Perbankan?

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio Syafi'i, *Bank Syariah'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, Cetakan Keduapuluh Tujuh, Juni 2017
- Darsono, Ali sakti DKK. *Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah Di Indonesia*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Darsono, Ali sakti DKK. *Masa Depan Keuangan Syariah Indonesia. Indonesia*. Jakarta: Tazkia Publishing, 2017.
- Darsono-Ali Sakti-Ascarya Dkk. *Perbankan Syariah Di Indonesia kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan*. Depok: Rajaali Pers, 2017.
- DSN-MUI : <http://dsnmuiinstitute.com>
- Ismail. (2018). *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi. Edisi kelima*. Jakarta : Kencana.
- (IBI) Ikatan Bankir Indonesia. (2016). *Strategi Manajemen Risiko*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adiwarmarman Azwar. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Cetakan 12 Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Khaerul
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Lembaga Penjamin Simpanan : <https://www.lps.go.id>
- Machmud, Amir., Rukmana. (2010). *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta : PT Raja Grafindo persada, 2014.
- Otoritas Jasa keuangan : <https://www.ojk.go.id/>
- Rivai H Veithzal dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008)
- Rivai, V., Sudarto, S., Hulmansyah, Wihasto, H., & Veithzal, A. P. (2012 : 300). *Islamic Banking and Finance dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangan Syariah'ah sebagai Solusi dan Bukan Alternatif*. Yogyakarta: BPFE.

Rivai, Veithzal, et. al. *Bank & Financial Institution Managemen Conventional & Sharia System*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.

Umam, S. M. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.

<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/view/1778>

Website Bank Indonesia: www.bi.go.id.

BAB
16

PEMASARAN DIGITAL BANK

Suharyati, S.E., M.M
UPN Veteran Jakarta

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi seperti sekarang ini, setiap orang memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya maupun membuka usaha baru. *E-commerce* menggunakan situs *Web* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan layanan secara online. Internet, *web*, dan media digital telah mengubah pemasaran dan bisnis sejak situs *web* pertama diluncurkan pada tahun 1991. Dengan lebih dari 3 miliar orang di seluruh dunia secara teratur menggunakan *web* untuk mencari produk, hiburan dan kerabat, perilaku konsumen dan cara perusahaan memasarkan kepada konsumen dan bisnis telah berubah secara dramatis (Chaffey & Chadwick, *Digital Marketing*, 2016).

Berdasarkan (Kemp, 2020), pengguna internet di dunia: jumlah penduduk dunia :7,75 miliar jiwa, dengan pengguna internet sebesar 4,54 miliar jiwa (59%), sedangkan pengguna *mobile phone*: 5,19 M (67%). Sedangkan data di Indonesia: jumlah penduduk: 272,1 juta jiwa, dengan pengguna internet:175,4 juta jiwa (64%) dan pengguna *mobile phone*: 338,2 juta jiwa (124%), dengan jumlah pengguna *mobile phone* yang

menggunakan internet: 98%. Adapun data penambahan penduduk di Indonesia dari bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Januari 2020: 1,1%; *Mobile phone*: 4,6%; Pengguna internet: 17%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa % pengguna internet di Indonesia melebihi masyarakat dunia bahkan masyarakat pengguna *mobile phone* jauh melebihi jumlah penduduk di Indonesia, hal ini dimungkinkan karena bisa jadi beberapa penduduk memiliki lebih dari satu *mobile phone* tiap orang. Kategori penggunaan Mobile Apps: *Chatt Apps/Messenger*: 96%; *Social Networkig Apps*: 96%; *Shopping Apps*: 55%; *Banking Apps*: 33%. Sedangkan data aktivitas *e-commerce*: *Search online product/service to buy (any device)* : 93%; *Purchase product online (any device)*: 88%; *Made an online purchase via a mobile device* : 80%. Dengan memperhatikan perkembangan data aktivitas pengguna *mobile phone* yang begitu tinggi maka hal ini dapat dimanfaatkan oleh perbankan untuk meluaskan pemasaran bank melalui internet *banking* maupun *mobile banking*.

Penjualan ritel online telah meledak dalam beberapa tahun terakhir, karena pengecer online dapat memberikan pengalaman yang nyaman, informatif, dan dipersonalisasi untuk berbagai jenis konsumen dan bisnis. Di samping itu penjualan secara online dapat menghemat biaya sewa ruang, staf, dan inventaris yang menguntungkan bagi penjual. Pengecer online bersaing dalam tiga aspek utama dari sebuah transaksi: (1) interaksi pelanggan dengan situs *web*, (2) pengiriman, dan (3) kemampuan untuk mengatasi masalah saat itu terjadi, (Kotler & Keller, *Marketing Management*, 2012). Perusahaan harus mengatur dan mengoperasikan situs *web e-commerce* mereka dengan hati-hati. Calon pembeli online dapat memilih *item* untuk dibeli tetapi gagal menyelesaikan transaksinya dikarenakan permasalahan pada situs *web* perusahaan. Untuk itu tersedianya layanan pelanggan adalah sangat penting.

Di samping itu peran *Conversion Rate Optimization* (CRO) untuk meningkatkan konversi juga menjadi penting, agar ketika orang mengunjungi situs *web*, mengambil tindakan (*take action*) dan mengubah pengunjung situs *web* menjadi pelanggan. Untuk itu perusahaan harus membuat situs *web* cepat, sederhana, dan mudah digunakan. Survei konsumen menunjukkan bahwa penghambat paling signifikan dari belanja online adalah tidak adanya pengalaman yang menyenangkan, interaksi

sosial, dan konsultasi pribadi dengan perwakilan perusahaan. Perusahaan dapat menawarkan obrolan online langsung dengan media *chat* untuk memberikan saran langsung kepada calon pelanggan tentang produk dan menyarankan untuk membeli barang tambahan. Desain dan proses situs web yang menarik dapat membantu meyakinkan pelanggan yang sensitif terhadap risiko online. Pengecer online juga mencoba teknologi baru seperti blog, jejaring sosial, dan pemasaran seluler untuk menarik pembeli baru. Pemasaran online adalah bentuk pemasaran langsung yang tumbuh paling cepat. Penggunaan Internet yang meluas memiliki dampak yang dramatis baik bagi pembeli maupun pemasar yang melayani mereka. Strategi dan praktik pemasaran telah berubah dengan memanfaatkan teknologi Internet saat ini, (Kotler & Armstrong, *Principles Of Marketing*, 2012).

B. PENGERTIAN PEMASARAN INTERNET (E-MARKETING)

Sebagian besar bisnis dunia saat ini dijalankan melalui jaringan digital yang menghubungkan orang dan perusahaan. Internet, jaringan komputer publik yang luas, menghubungkan semua jenis pengguna di seluruh dunia satu sama lain dan gudang informasi yang luar biasa besar. Internet secara fundamental telah mengubah pengertian pelanggan tentang kenyamanan, kecepatan, harga, informasi produk, dan layanan. Hasilnya, ini memberi pemasar cara baru untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan mereka. Pemasaran online adalah upaya memasarkan produk dan layanan serta membangun hubungan pelanggan melalui Internet. Dengan demikian, pemasar cerdas menerapkan strategi multichannel terintegrasi yang menggunakan situs *web* untuk mendorong penjualan ke saluran pemasaran lain.

Dengan kehadiran internet sebagian besar perusahaan kini telah beralih dari offline ke online. Perusahaan melakukan pemasaran online (*e-marketing*) dengan cara membuat situs *web* (*creating a web site*), menempatkan iklan dan promosi online (*placing ads and promotions online*), menyiapkan atau berpartisipasi dalam jejaring sosial online (*setting up or participating in online social networks*), menggunakan email (*using email*). *E-marketing* hanyalah salah satu bagian dari aktivitas e-bisnis pada suatu organisasi. Dengan demikian *e-marketing* adalah

penggunaan teknologi informasi untuk aktivitas pemasaran, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas. Lebih sederhananya, *e-marketing* adalah hasil dari teknologi informasi yang diterapkan pada pemasaran tradisional, (Strauss & Frost, 2014).

Alasan mengapa perusahaan harus menerapkan *e-marketing*.

E-marketing mempengaruhi pemasaran tradisional dalam dua cara yaitu pertama, meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam fungsi pemasaran tradisional; kedua, teknologi *e-marketing* mengubah banyak strategi pemasaran. Transformasi ini juga menghasilkan model bisnis baru yang menambah nilai pelanggan dan/ atau meningkatkan profitabilitas perusahaan. Beberapa alasan menggunakan *e-marketing*:

- a. Menurunkan biaya (*Lower costs.*): jangkauan pelanggan yang tepat dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.
 - b. Hasil yang dapat dilacak dan diukur (*Trackable, measurable*): dapatkan data terperinci tentang tanggapan pelanggan terhadap kampanye pemasaran.
 - c. Jangkauan global (*Global reach*): akses pasar baru di seluruh dunia.
 - d. Personalisasi (*Personalization*): menghubungkan database ke situs *web* memungkinkan penawaran yang ditargetkan secara individual. Semakin banyak konsumen dan bisnis membeli, semakin baik datanya dan semakin efektif pemasarannya.
 - e. Pemasaran satu-ke-satu (*One-to-one marketing*): dapatkan akses instan ke pelanggan individu di komputer dan ponsel.
 - f. Kampanye yang lebih menarik (*More interesting campaigns*): menggunakan konten multimedia kreatif untuk melibatkan pelanggan.
- Pemasaran Digital vs Pemasaran Internet vs Pemasaran Online

1. Pemasaran elektronik (*e-marketing*).

E-marketing dapat dianggap setara dengan pemasaran internet dan pemasaran digital. Sebagian besar di industri akan melihatnya seperti ini. Namun, *e-marketing* terkadang dianggap memiliki cakupan yang lebih luas daripada pemasaran internet karena mengacu pada media digital seperti

web, email dan media nirkabel, tetapi juga mencakup pengelolaan data pelanggan digital dan sistem manajemen hubungan pelanggan elektronik (*electronic customer relationship management systems /E-CRM systems*), (Chaffey, *digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/definitions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing*, 2016).

2. Pemasaran digital (*digital marketing*).

Tujuan pemasaran digital adalah sederhana, yaitu untuk mendukung tujuan dan aktivitas pemasaran. Secara sederhana definisi pemasaran digital sebagai: "Mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital" (*Achieving marketing objectives through applying digital technologies and media*). Pemasaran digital adalah istilah lain yang mirip dengan *E-marketing*. Ini adalah istilah yang semakin banyak digunakan oleh agen pemasaran digital spesialis dan publikasi perdagangan media baru. Pemasaran digital menerapkan teknologi yang membentuk saluran online ke pasar, yaitu *web*, email, database, plus TV seluler/ nirkabel/ digital), mendukung aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mencapai akuisisi dan retensi pelanggan yang menguntungkan melalui proses pembelian multi-saluran dan siklus hidup pelanggan. Melalui penggunaan taktik pemasaran yaitu menyadari pentingnya strategi teknologi digital dan mengembangkan pendekatan terencana untuk menjangkau dan memigrasi pelanggan ke layanan online melalui komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional. Retensi dicapai melalui peningkatan pengetahuan pelanggan kami (tentang profil, perilaku, nilai dan pendorong loyalitas mereka), kemudian memberikan komunikasi yang terintegrasi dan bertarget serta layanan online yang sesuai dengan kebutuhan individu mereka.

Ruang lingkup pemasaran digital mencakup aktivitas di seluruh siklus hidup pelanggan, yaitu:

- a. Media digital dan saluran komunikasi (*digital media and communications channels*).
- b. Pengalaman digital dan seluler (*digital and mobile experiences*) seperti desain *web* dan aplikasi seluler.
- c. Manajemen prospek dan hubungan pelanggan (*customer relationship*) melalui otomatisasi pemasaran.

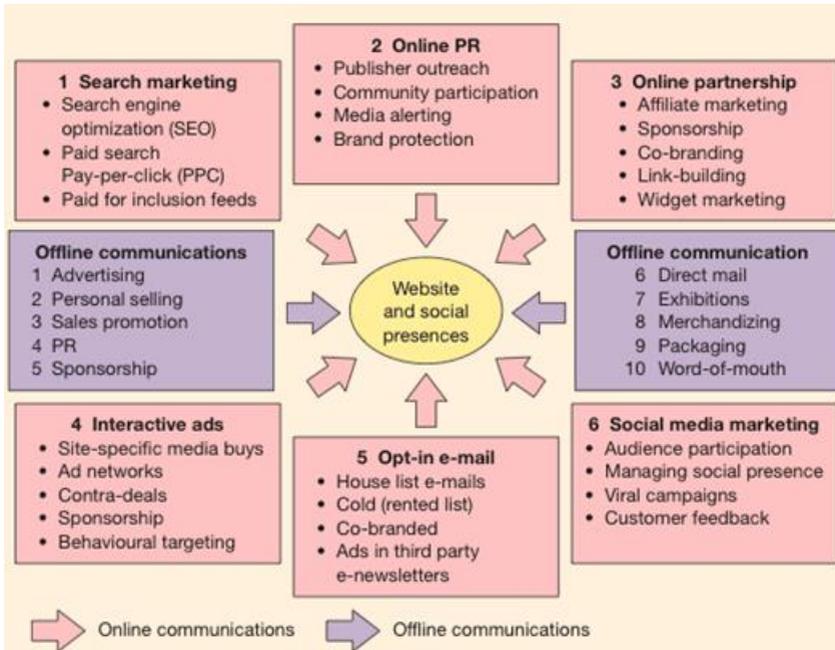
- d. Strategi digital dan mengintegrasikan komunikasi dan pengalaman multichannel (*integrating multichannel communications and experiences*)
- e. Teknologi dan platform digital untuk mengelola semua aktivitas pemasaran digital.

Peran platform digital dalam mendukung pemasaran *multichannel* terintegrasi merupakan bagian komponen penting dari pemasaran digital, namun sering kali diabaikan. Saluran online juga dapat dikelola untuk mendukung seluruh proses pembelian dari pra-penjualan hingga penjualan hingga pasca-penjualan dan pengembangan lebih lanjut dari hubungan pelanggan.

3. Pemasaran multi-saluran (*Multi-channel marketing*).

Komunikasi pelanggan dan distribusi produk didukung oleh kombinasi saluran digital dan tradisional di berbagai titik dalam siklus pembelian (*buying cycle*). Pendekatan pemasaran ulang yang berfokus pada pelanggan, menunjukkan bagaimana kesuksesan online membutuhkan pendekatan terencana untuk memigrasi pelanggan offline ke saluran online dan memperoleh pelanggan baru dengan memilih campuran yang tepat dari komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional. Retensi pelanggan online perlu didasarkan pada pengembangan wawasan pelanggan (*Customer insight*) dengan meneliti karakteristik, perilaku, apa yang mereka hargai, apa yang membuat mereka tetap setia, dan kemudian menyampaikan komunikasi *web* dan email yang disesuaikan dan relevan. Wawasan pelanggan adalah pengetahuan tentang kebutuhan, karakteristik, preferensi dan perilaku pelanggan berdasarkan analisis data kualitatif dan kuantitatif. Wawasan khusus dapat digunakan untuk menginformasikan taktik pemasaran yang ditujukan pada kelompok pelanggan dengan karakteristik yang sama.

Terdapat 6 jenis utama saluran komunikasi media digital (*digital media communications channels*) yang harus dipertimbangkan setiap perusahaan sebagai bagian dari pemasaran digital, yaitu *Search marketing*, Online PR, Online *partnership*, *Interaktive ads*, *Opt-in e-mail*, *Sosial media marketing*, seperti gambar 1, di bawah ini :



Sumber: (Chaffey & Chadwick, *Digital Marketing*, 2016)

Gambar1. Saluran komunikasi media digital

4. The 5Ds dari Pemasaran Digital

(Chaffey, *digital-marketing-strategy/what-is-digital-marketing*, 2020),

Untuk memahami pentingnya pemasaran digital bagi masa depan pemasaran dalam bisnis apa pun, ada baiknya untuk memikirkan tentang interaksi audiens apa yang perlu kita pahami dan kelola. Pemasaran digital saat ini adalah tentang lebih banyak jenis interaksi audiens daripada situs *web* atau email. Ini melibatkan pengelolaan dan pemanfaatan '5Ds of Digital' yang menentukan peluang bagi konsumen untuk berinteraksi dengan merek dan bagi bisnis untuk menjangkau dan belajar dari audiens mereka dengan berbagai cara:

- Perangkat digital (*Digital devices*): audiens mengalami merek saat mereka berinteraksi dengan situs *web* bisnis dan aplikasi seluler biasanya melalui kombinasi perangkat yang terhubung termasuk smartphone, tablet, komputer desktop, TV, dan perangkat *game*.

- b. Platform digital (*Digital platforms*): sebagian besar interaksi pada perangkat ini dilakukan melalui *browser* atau aplikasi dari platform atau layanan utama, yaitu Facebook (dan Instagram), Google (dan YouTube), Twitter, dan LinkedIn.
- c. Media digital (*Digital media*): berbagai saluran komunikasi berbayar, dimiliki, dan diperoleh untuk menjangkau dan melibatkan audiens termasuk iklan, email dan perpesanan, mesin pencari, dan jejaring sosial.
- d. Data digital (*Digital data*): wawasan yang dikumpulkan bisnis tentang profil audiens mereka dan interaksi mereka dengan bisnis, yang sekarang perlu dilindungi undang-undang di sebagian besar negara.
- e. Teknologi digital (*Digital technology*): teknologi pemasaran yang digunakan bisnis untuk menciptakan pengalaman interaktif dari situs *web* dan aplikasi seluler hingga kios di dalam toko dan kampanye email.

C. JENIS-JENIS MEDIA UTAMA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN

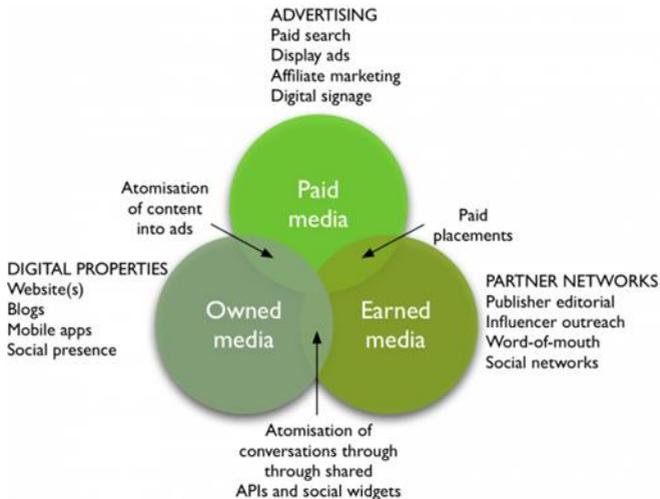
(Chaffey & Chadwick, *Digital Marketing*, 2016), Untuk mengembangkan strategi digital yang baik saat ini melibatkan pemahaman lingkungan pembelian yang lebih kompleks dan lebih kompetitif daripada sebelumnya, dengan perjalanan pelanggan (*customer journey*) yang melibatkan berbagai bentuk kehadiran online. Untuk membantu mengembangkan strategi untuk menjangkau dan memengaruhi calon pelanggan online, terdapat pada tiga jenis utama saluran media yang perlu dipertimbangkan pemasar saat ini, yaitu Media berbayar, Media dimiliki, dan Media diperoleh seperti pada (Gambar 2):

1. Media berbayar (*Paid media*), media berbayar mengacu pada semua media yang dibayar oleh perusahaan. Media berbayar biasanya dilakukan untuk mengubah prospek baru atau prospek menjadi pelanggan, tetapi juga dapat digunakan untuk menargetkan pelanggan sebelumnya. Contoh: iklan online, iklan media sosial, pemasaran mesin pencari, iklan offline (seperti iklan cetak, radio atau televisi), waktu atau ruang promosi lainnya yang dibayarkan. Manfaat: Mudah untuk melacak dan dapat sepenuhnya mengontrol media berbayar.

Namun, ini bisa jadi mahal, dan semakin banyak pelanggan yang ingin mengurangi keterpaparan mereka terhadap iklan.

2. Media yang dimiliki (*Owned media*), media yang dimiliki mengacu pada semua materi media yang dibuat dan miliki sendiri. Contoh: situs web, video penjelasan, konten blog, e-book, infografis, profil media sosial, dan email. Manfaat: Media yang dimiliki membantu menarik lebih banyak lalu lintas ke situs web, dan sementara media berfungsi untuk membantu menjual produk dan layanan, media yang dimiliki dapat memberikan nilai atau informasi tambahan kepada pengunjung atau pembaca. Biaya media yang dimiliki lebih murah dan perusahaan masih memiliki kendali penuh atasnya. Namun, audiens lebih terbatas dan perlu pemeliharaan agar efektif.
3. Media yang diperoleh (*Earned media*), Media berpenghasilan mengacu pada semua media yang menyebutkan bisnis Anda secara organik. Contoh: Publisitas dari *outlet* media, tautan balik ke situs *web*, dan ulasan adalah contoh media yang diperoleh. Manfaat: perusahaan tidak (dan tidak dapat) membayarnya, dan tidak memilikinya, tetapi ini adalah jenis media yang sangat dihargai karena berasal dari pengakuan eksternal atas bisnis atau produk yang ditawarkan. Perusahaan tidak dapat mengontrol perolehan media dan itu bisa sulit untuk dikembangkan, tetapi bagus untuk meningkatkan kredibilitas dan memberikan lebih banyak kesadaran merek kepada audiens baru

Apakah satu jenis media lebih baik dari yang lain? Tidak ada satu jenis media yang lebih baik dari yang lain. Satu jenis mungkin lebih baik untuk bisnis dan kebutuhan perusahaan, tetapi harus memprioritaskan yang terbaik. Tidak ada salahnya juga untuk mendiversifikasi strategi pemasaran dengan menggunakan berbagai jenis media untuk mencapai tujuan perusahaan. Faktanya, perusahaan harus memiliki tujuan pemasaran konten digital utama untuk mengintegrasikan setiap jenis media. Dengan demikian, perusahaan dapat menjangkau pelanggan di berbagai bagian (titik kontak) dari perjalanan pembeli, (Whitney, 2020).



Sumber : (Chaffey & Chadwick, *Digital Marketing*, 2016)

Gambar 2. Tiga jenis media utama dalam pemasaran

D. AKTIVITAS UTAMA DALAM PEMASARAN DIGITAL

(Chaffey & Smith, *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*, 2017), menyatakan bahwa terdapat delapan aktivitas pemasaran digital utama yang harus dikelola di semua organisasi, yaitu

1. *Digital experience management*. Secara tradisional, situs *web* perusahaan telah menjadi jantung pemasaran online, saat ini perusahaan perlu memikirkan pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang lebih luas untuk memungkinkan interaksi di seluruh situs web desktop dan seluler, aplikasi seluler, halaman perusahaan media sosial, dan pemasaran email . Untuk bisnis multichannel seperti pengecer, layanan keuangan, dan perusahaan perjalanan, terdapat juga peluang besar untuk menawarkan pengalaman digital (*digital experiences*) di dalam toko seperti teknik virtual dan *augmented reality*
2. *Digital marketing strategy and planning*. Penelitian menunjukkan bahwa banyak bisnis melakukan pemasaran digital, tetapi tanpa pendekatan yang strategis dan terencana. Sistem SOSTAC® (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) harus digunakan untuk

membuat rencana pemasaran digital terintegrasi secara keseluruhan dan juga untuk mendapatkan hasil maksimal dari aktivitas utama lainnya. Bisnis juga perlu mengelola kampanye yang gencar (*burst campaigns*) untuk melibatkan audiens mereka dan aktivitas 'selalu aktif' untuk mendapatkan visibilitas di seluruh mesin telusur dan media sosial.

3. *Content marketing*. Pemasaran konten sebagai bahan bakar untuk semua aktivitas inti pemasaran digital, untuk melibatkan dan membujuk audiens. Konten adalah perekat yang menghubungkan media digital untuk distribusi konten dengan platform digital yang digunakan di seluruh jalur pembelian pelanggan, Smart Insights (2016)
4. *Search Engine Optimization (SEO)*. Jika perusahaan melakukannya dengan benar, SEO bisa menjadi keunggulan kompetitif yang sangat besar di banyak sektor bisnis di mana prospek mencari merek, produk, dan solusi. Untuk mendapatkan visibilitas, harus memiliki peringkat tinggi pada *the organic search results pages (SERPs)* yang dicari pengguna.
5. *Paid search marketing and other programmatic advertising*. Untuk alasan serupa, pemasaran penelusuran berbayar sangat kompetitif di semua sektor. Dengan dominasi Google di banyak negara, Google AdWords memerlukan pengelolaan yang cermat, terintegrasi dengan penelusuran organik, dan juga termasuk menjangkau pengguna *web* melalui iklan online melalui iklan Jaringan *Display Google (the Google Display Network ads)* atau iklan terprogram untuk menghasilkan laba atas investasi.
6. *Social media marketing*. Media sosial sangat populer di kalangan konsumen dan pemasar karena menawarkan banyak peluang visual untuk berbagi ide, konten, dan rekomendasi merek.
7. *Email marketing and marketing automation*. Saat pengunjung jauh dari situs *web* atau aplikasi, pemasaran email masih merupakan cara terbaik untuk menyampaikan pesan yang ditargetkan dan relevan kepada prospek atau pelanggan. Otomatisasi pemasaran membawanya ke tingkat berikutnya sehingga personalisasi email dan *web* dapat menggunakan pendekatan "*sense and respond*"

8. *Multichannel analytics*. Analisis Digital dari layanan seperti Google atau *Adobe Analytics* hanyalah bagian dari kecerdasan bisnis yang membantu mendorong analisis hasil dan kinerja bisnis. Ini adalah alat yang hebat, mendapatkan hasil maksimal darinya, sehingga mendapatkan lebih banyak nilai komersial, memerlukan penyiapan yang cermat, proses peninjauan yang menggabungkan umpan balik kualitatif dari pelanggan untuk menginformasikan pengoptimalan.



Sumber : (Chaffey & Chadwick, *Digital Marketing*, 2016)

Gambar 3. Delapan aktivitas pemasaran digital

E. REVOLUSI INDUSTRI 4.0 PADA BANK

(King, 2019), Era industri 4.0 menghadirkan banyak tantangan dan peluang baru bagi pemasar. Hal terpenting di era industri 4.0 adalah menempatkan pelanggan lebih kuat dalam pengambilan keputusan pada pilihan produk dan layanannya (*customization and customerization*). Banyak terjadi perubahan dalam praktik bisnis dan pemasaran karena baik konsumen dan bisnis memiliki akses virtual dan *real-time* ke jutaan produk, penawaran, opsi, harga, orang, pesaing, dan sumber informasi. Akibatnya,

bauran pemasaran akan berubah ketika pemasar dan perusahaan mengidentifikasi pengguna baru sebagai aset tak berwujud dan manajemen hubungan pelanggan yang efektif (*for intangible assets and effective customer relationship management*) lebih dari sekadar istilah pemasaran. Pertumbuhan dan laju perubahan yang semakin cepat ini akan terus berlanjut, Internet dan era industri 4.0 telah mengubah pemasar dan pemasaran untuk masa depan jangka panjang.

1. Bank yang gesit (*Agile banks*):

Perbankan saat ini dituntut untuk menjadi bank yang gesit (*Agile banks*) agar mampu untuk mengatasi perubahan dalam teknologi yang begitu cepat. Terdapat lima karakteristik inti *Agile banks*, sebagai berikut:

- a. Misi Pertama Pelanggan (*Customer First Mission*): *Agile banks* tidak mencoba menyesuaikan rangkaian produk dan proses yang ada dengan pelanggan melainkan bank terus beradaptasi dan mencoba pendekatan baru untuk berinteraksi.
- b. Kemampuan Menghasilkan Pendapatan Luas (*Broad Revenue Generation Capability*): Bank yang tangkas mendapatkan sebagian besar pendapatannya, melakukan sebagian besar *cross-sell* dan *upsell* melalui digital. Mereka telah merancang ulang organisasi untuk meminimalkan biaya tetap seperti jaringan cabang, dan berfokus pada biaya variabel di mana anggaran berbasis kinerja mendorong hasil
- c. Produk dan Distribusi Cepat (*Rapid Product and Distribution*): Distribusi sangat fleksibel. Keputusan saluran membutuhkan waktu berhari-hari dan berminggu-minggu, bukan berbulan-bulan dalam hal peluncuran inisiatif baru.
- d. Pusat Pembuatan Prototipe dan Pembelajaran (*Prototyping and Learning Centre*): Uji, uji, luncurkan, gagal, coba lagi.
- e. Opti-channel dan Digital Omni-channel: Strategi *phygital*, atau mengoptimalkan saluran fisik dan digital yang tidak berjalan mulus (*to work inconcert*), adalah kunci yang bagus untuk kelincahan di masa depan. Ketergantungan pada satu saluran untuk aktivitas inti apa pun adalah kendala yang tidak diinginkan oleh *Agile banks*, mereka harus mengamati perilaku pelanggan dan merespons sesuai itu.

Kurangnya kelincahan juga dapat berdampak negatif pada kapasitas bank untuk menjalin kemitraan dengan FinTech dan perusahaan teknologi yang lebih gesit. Dalam kebanyakan kasus, organisasi yang tidak dilengkapi untuk bekerja lebih cepat, manfaat kemitraan dengan organisasi yang gesit lainnya bisa jadi sebagian besar hilang, atau lebih buruk dapat menyebabkan kemitraan gagal.

Perjalanan Revolusi Industry di bidang Perbankan:

- Bank 1.0: Sejarah, perbankan tradisional berpusat di sekitar cabang sebagai titik akses utama, dimulai pada abad ke-12.
- Bank 2.0: Munculnya perbankan swalayan, yang didefinisikan oleh upaya pertama untuk menyediakan akses di luar jam kerja bank, dimulai dengan mesin ATM dan dipercepat pada tahun 1995 dengan internet komersial.
- Bank 3.0: Perbankan kapan dan di mana dibutuhkannya sebagaimana didefinisikan ulang dengan kemunculan smartphone pada tahun 2007, dan dipercepat dengan peralihan ke pembayaran seluler, P2P dan bank penantang yang dibangun di atasnya seluler; *channel agnostic*.
- Bank 4.0: Perbankan tersemat di mana-mana yang disampaikan secara *realtime* melalui lapisan teknologi. Didominasi oleh waktu nyata, pengalaman kontekstual, keterlibatan tanpa hambatan, dan lapisan saran berbasis AI yang cerdas.

Untuk memperjelas, Bank 1.0, 2.0 dan 3.0 semuanya masih ada sampai sekarang. Ada bank yang secara fundamental masih bersifat Bank 1.0, baik secara operasional maupun dalam *customer engagement*. Ada bank yang masih belum memiliki aplikasi seluler dan kemampuan online terbatas, mereka akan masuk dalam kategori Bank 2.0. Mayoritas bank masih tidak menawarkan pembukaan rekening di perangkat seluler, dan karenanya hampir tidak memenuhi syarat untuk status Bank 3.0, semacam Bank 2.5. Jumlah bank yang benar-benar omni-digital saat ini, yang mencoba beralih ke Bank 4.0, mungkin jumlahnya lusinan secara global.

Perpindahan ke Bank 4.0 diselingi oleh perubahan signifikan dalam perilaku nasabah, munculnya pesaing utama non-bank dengan skala yang melebihi jangkauan bank terbesar di dunia, dan keahlian yang sama sekali berbeda yang diperlukan untuk sukses. Jika bank dan ingin bertahan dalam

transisi ini selama 10 tahun atau lebih, Bank hanya dapat melakukannya dengan mendefinisikan ulang organisasi, membangun kembali kemampuan pengiriman inti, mengembangkan tim, merestrukturisasi di sekitar bagan organisasi yang benar-benar baru dan dengan mengubah lebih cepat dari yang mungkin dibayangkan.

2. Evolusi Rekening Bank (*The Evolution Of The Bank Account*):

(King, *From Passbook to Mobile: The Evolution Of The Bank Account*, 2013), mengemukakan bahwa masalah yang dihadapi industri perbankan adalah adanya pergeseran teknologi ini sebenarnya baru saja dimulai. Apa yang terjadi selanjutnya akan mengubah cara kita melakukan perbankan selamanya. Pada tahun 2015/2016, penggunaan perbankan seluler (*mobile banking*) mendominasi interaksi perbankan sehari-hari di sebagian besar negara maju, menjadi saluran pilihan bagi sebagian besar pelanggan. Namun, hal ini tampaknya tidak akan berdampak signifikan pada pemanfaatan internet *banking*, karena komputasi tablet akan tetap digunakan secara luas untuk mengelola portofolio sehari-hari, pembayaran tagihan, dan transfer. Tingkat kenyamanan dengan interaksi digital meningkat sehingga konsumen akan mengelola sebagian besar hubungan perbankan mereka sepenuhnya melalui perangkat digital, dengan lebih dari 60% pendapatan perbankan ritel berasal dari saluran non-manusia.

Mobilisasi perbankan ini akan memberikan tekanan luar biasa pada sistem cabang. Awalnya, banyak bank akan pindah untuk mengurangi jaringan cabang mereka hingga 20-30%, memperlengkapi kembali dan memeriksa kembali cabang yang tersisa untuk fokus murni pada penjualan dan layanan aktivitas transaksional secara digital. Cabang yang tersisa akan menjadi toko andalan dan etalase merek, atau toko *footprint* yang lebih kecil yang dirancang untuk mendukung penjualan dan metrik layanan tanpa biaya jaringan yang besar. Seluler secara konsisten diremehkan dalam hal pengaruhnya terhadap perbankan ritel sejak kemunculan ponsel "aplikasi". Kurangnya antusiasme dan adaptasi dari para pemain utama perbankan, dan ketergantungan yang berlebihan pada distribusi fisik tradisional, membuka banyak pintu/ peluang bagi pemain non-bank baru untuk memiliki pengalaman perbankan dan pembayaran

yang baru muncul di perangkat seluler, seperti perusahaan-perusahaan Fintech. Sekarang ini untuk memperoleh informasi saldo dengan benar, melalui perbankan seluler tidak akan rumit. Pelanggan tidak perlu datang ke bank atau ke ATM untuk memperoleh informasi saldo melainkan cukup mengklik pada aplikasi *mobile banking* mereka. Dengan demikian evolusi buku tabungan (*passbook*) yang telah beralih ke aplikasi seluler.

F. ELEKTRONIK BANKING (*E-BANKING*)

(Guijt & Winssen, 2001), Infrastruktur informasi global berkembang sangat pesat, termasuk teknologi informasi, jaringan komputer seperti Internet dan sistem telekomunikasi. Konektivitas yang hampir universal yang ditawarkan Internet telah menjadikannya alat bisnis yang tak ternilai harganya. Perkembangan ini telah menciptakan jenis ekonomi baru, yang banyak disebut sebagai 'ekonomi digital'. Perekonomian yang berkembang pesat ini membawa serta teknologi yang berubah dengan cepat, meningkatkan intensitas pengetahuan di semua bidang bisnis, dan menciptakan rantai pasokan virtual dan bentuk bisnis baru serta saluran penyampaian layanan seperti perbankan elektronik. Sebagai konsekuensi langsung dari kemunculan 'ekonomi digital', keseimbangan kekuasaan tampaknya bergeser ke arah pelanggan. Pelanggan semakin menuntut nilai lebih, dengan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka, dengan biaya lebih murah, dan secepat mungkin. Untuk memenuhi tuntutan ini, bisnis perlu mengembangkan cara inovatif untuk menciptakan nilai yang sering kali membutuhkan arsitektur perusahaan yang berbeda, infrastruktur TI yang berbeda, dan cara berpikir yang berbeda dalam melakukan bisnis. Transformasi bisnis dari perusahaan lama menjadi perusahaan elektronik baru yang gesit tidaklah mudah dan membutuhkan banyak pemikiran inovatif, perencanaan, dan investasi.

1. Pengertian *E-Banking*

(Shah & Clarke, 2009), Dalam bentuk yang paling mendasar, *e-banking* dapat berarti penyediaan informasi tentang a bank dan layanannya melalui laman beranda di *World Wide Web* (WWW). Layanan *e-banking* yang lebih canggih memberi pelanggan akses ke akun, kemampuan untuk memindahkan uang mereka antar rekening yang berbeda, dan melakukan pembayaran atau pengajuan pinjaman melalui e *Channels*. Penyampaian

layanan secara elektronik dalam konteks *e-banking*, berarti pelanggan melakukan transaksi dengan menggunakan saluran elektronik/online seperti Internet. Banyak bank dan organisasi lain menggunakan saluran ini untuk mengirimkan layanan mereka karena biaya pengiriman yang relatif lebih rendah, penjualan yang lebih tinggi dan potensi untuk menawarkan kenyamanan yang lebih besar bagi pelanggan. Meskipun biaya awal untuk saluran perbankan internet bisa tinggi, saluran ini dapat dengan cepat menjadi menguntungkan setelah masa kritis tercapai.

Perbankan online yang disebut juga dengan Electronic Banking, Home Banking, Internet Banking, atau PC Banking, (Guijt & Winssen, 2001). Dengan perkembangan *e-banking*, pelanggan tidak lagi harus melakukan semua transaksi perbankan secara langsung. Tidak perlu lagi mengantri di bank. *E-banking* memungkinkan pelanggan diam di rumah dan dapat memeriksa akun selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu. pelanggan dapat mentransfer uang dari satu akun online ke akun lain. Di satu sisi, komputer pribadi berfungsi menjadi *teller* virtual, siap membantu pelanggan dengan kebutuhan perbankannya. Untuk melakukan transaksi *e-banking*, pelanggan harus memiliki dua hal yaitu komputer pribadi dan modem yang terhubung ke saluran telepon. Ada tiga cara bagi untuk melakukan bank secara online:

- a. Berbasis Internet. Pelanggan mengakses informasi rekening melalui situs *web* bank melalui modem menggunakan browser *web* standar seperti Microsoft Internet Explorer atau Netscape Navigator.
- b. Perangkat Lunak Bank. Bank akan memberikan perangkat lunak berpemilik untuk dipasang di komputer pelanggan. Perangkat lunak ini memungkinkan pelanggan untuk terhubung ke komputer bank melalui jaringan yang aman.
- c. *Software* Keuangan Pribadi. Perangkat lunak seperti *Quicken* atau Microsoft Money memungkinkan pelanggan untuk bertukar informasi keuangan dengan bank. Perangkat lunak ini terhubung ke komputer bank melalui pengaturan berbasis Internet dan mengunduh informasi keuangan dari akun pelanggan. Banyak bank yang berafiliasi dengan *vendor* perangkat lunak terkemuka seperti *Intuit* atau Microsoft untuk membuat sistem mereka kompatibel.

Keuntungan dan kekurangan dalam layanan *E-banking (E-banking Services)*

E-banking menawarkan banyak keuntungan dibandingkan metode perbankan tradisional namun masih terdapat beberapa kekurangannya. Berikut ini keuntungan dan kekurangan dalam layanan *e-banking* :

- a. Keuntungan: Melakukan transaksi bank dari lokasi manapun yang memiliki koneksi Internet (berbasis Internet), nasabah dapat bekerja secara offline (program bank atau perangkat lunak keuangan pribadi) setelah mengunduh informasi akun, memiliki kendali yang lebih baik atas uang pelanggan, dapat melihat cek mana yang telah dihapus, memiliki akses ke akun pelanggan 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dapat memantau akun secara *real-time*, penarikan, setoran, ATM, transaksi kartu debit, dapat mentransfer dana dari satu akun ke akun lainnya, dapat menggunakan perangkat lunak keuangan untuk melacak rekening bank online, dapat mengatur pembayaran tagihan elektronik, perbankan online lebih hemat biaya bagi bank.
- b. Kekurangan: Nasabah harus memiliki komputer pribadi dengan modem, memiliki koneksi internet untuk mengakses akun berbasis Internet, kemampuan teknologi untuk mengakses rekening bank, perbankan online tunduk pada keandalan *server web* dan komputer lain. Jika *server* macet, maka tidak dapat mengakses transaksi, harus mengetahui cara mengoperasikan komputer, jika berganti bank, harus berpindah perangkat lunak dan harus memasukkan kembali semua informasi akun lama ke program baru sangat memakan waktu.

2. Manfaat utama dalam layanan *e-banking*

(Shah & Clarke, 2009), dalam tulisannya mengemukakan terdapat beberapa manfaat utama layanan *e-banking* yang menyebabkan *e-banking* menjadi penting untuk dilakukan, yaitu:

Pilihan dan Kenyamanan untuk Pelanggan (*Choice and Convenience for Customers*): Pendekatan '*customer first*' sangat penting untuk sukses dalam *e-banking*. Pelanggan memegang kunci kesuksesan dan perusahaan harus mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan dan menyediakannya dengan menggunakan teknologi terbaik yang tersedia, memastikan bahwa mereka bertindak berdasarkan informasi terbaru dan paling mutakhir.

Dalam lingkungan bisnis modern, pelanggan menginginkan pilihan yang lebih banyak. Pelanggan menginginkan rangkaian layanan perbankan tradisional, ditambah dengan kenyamanan kapabilitas online dan fokus yang lebih kuat oleh bank dalam mengembangkan hubungan pribadi dengan pelanggan. *E-banking* yang didukung oleh teknologi data *mining* dapat membantu lebih memahami kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan produk/ layanan sesuai dengan kebutuhan tersebut. Menawarkan saluran pengiriman layanan ekstra berarti pilihan dan kenyamanan yang lebih luas bagi pelanggan, yang dengan sendirinya merupakan peningkatan layanan pelanggan.

3. Menarik Pelanggan Bernilai Tinggi (*Attracting High Value Customers*):

Perbankan elektronik sering menarik pelanggan bernilai tinggi dengan pendapatan dan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dari rata-rata, yang membantu meningkatkan aliran pendapatan. Oleh karena itu, untuk bank ritel, pelanggan *e-banking* memiliki minat khusus, dan pelanggan tersebut cenderung memiliki permintaan yang lebih tinggi untuk produk perbankan. Sebagian besar dari pelanggan bernilai tinggi menggunakan saluran online secara teratur untuk berbagai tujuan, dan beberapa tidak perlu kontak pribadi dengan jaringan cabang bank. Pelanggan ini juga cenderung berpenghasilan tinggi dengan potensi keuntungan yang lebih besar.

a. Meningkatkan Citra (*Enhanced Image*):

E-banking membantu meningkatkan citra organisasi sebagai organisasi inovatif yang berfokus pada pelanggan. Hal ini terutama terjadi pada masa-masa awal ketika hanya organisasi paling inovatif yang menerapkan saluran ini. Terlepas dari ketersediaannya yang umum saat ini, situs *Web* perbankan yang menarik dengan portofolio besar produk inovatif dapat meningkatkan citra bank. Citra ini juga menjadi efektif dalam pemasaran elektronik dan menarik basis pelanggan muda / profesional.

b. Pendapatan Meningkat (*Increased revenues*):

Peningkatan pendapatan sebagai hasil dari penawaran *e-channel*, di mungkin karena peningkatan jumlah pelanggan, retensi pelanggan yang ada, dan peluang penjualan silang. Ini juga memungkinkan bank untuk mendiversifikasi aktivitas penciptaan nilai mereka. *E-banking*

telah mengubah model bisnis perbankan ritel tradisional dalam banyak hal, misalnya dengan memungkinkan bank untuk penyampaian produk layanan keuangan dipisahkan menjadi bisnis yang berbeda. Ini berarti bahwa bank dapat menjual dan mengelola layanan yang ditawarkan oleh bank lain (sering kali bank asing) untuk meningkatkan pendapatannya. Ini adalah kemungkinan yang sangat menarik bagi bank-bank kecil dengan rangkaian produk terbatas. Perbankan elektronik juga meningkatkan pinjaman kartu kredit karena ini adalah jenis pinjaman transaksional yang paling mudah dikirimkan melalui Internet.

- c. **Ekspansi Lebih Mudah (*Easier Expansion*):**
Secara tradisional, ketika bank ingin memperluas secara geografis, ia harus membuka cabang baru, sehingga menimbulkan biaya awal dan pemeliharaan yang tinggi. Saluran elektronik, seperti Internet, telah membuat hal ini menjadi tidak perlu, sehingga memudahkan untuk melakukan ekspansi. Sekarang bank dengan basis pelanggan tradisional di satu bagian negara atau dunia dapat menarik pelanggan dari bagian lain, karena sebagian besar transaksi keuangan tidak memerlukan kehadiran fisik di dekat tempat tinggal / kerja pelanggan.
- d. **Pengurangan Beban di Saluran Lain (*load reduction on other channels*):**
E-Channels sebagian besar otomatis, dan sebagian besar aktivitas rutin seperti pemeriksaan rekening atau pembayaran tagihan dapat dilakukan menggunakan saluran ini. Hal ini biasanya mengakibatkan pengurangan beban pada saluran pengiriman lain, seperti cabang atau pusat panggilan. Tren ini kemungkinan akan berlanjut karena layanan yang lebih canggih seperti pembiayaan aset ditawarkan menggunakan saluran *e-banking*. Di beberapa negara, transaksi rutin cabang seperti aktivitas yang terkait dengan setoran tunai / cek juga diotomatiskan, yang selanjutnya mengurangi beban kerja staf cabang, dan memungkinkan waktu yang digunakan untuk menyediakan layanan pelanggan yang lebih berkualitas.
- e. **Pengurangan Biaya (*Cost Reduction*):**
Penggunaan layanan *e-banking* sejauh ini menyebabkan pengurangan biaya *overhead*. Cabang bank, membutuhkan gedung mahal dan kehadiran staf. Tampaknya juga bahwa biaya per transaksi *e-banking*

sering kali turun lebih cepat daripada bank tradisional begitu jumlah pelanggan yang kritis tercapai. Konsensus umum adalah bahwa biaya tetap *e-banking* jauh lebih besar daripada biaya variabel, jadi semakin besar basis pelanggan sebuah bank, semakin rendah biaya per transaksi. Meskipun hal ini menyiratkan bahwa biaya per transaksi untuk bank-bank kecil dalam banyak kasus akan lebih besar daripada bank-bank besar, bahkan di bank-bank kecil nampaknya biaya per transaksi akan lebih rendah dengan saluran perbankan lainnya.

f. Efisiensi Organisasi (*Organizational Efficiency*):

Untuk menerapkan *e-banking*, organisasi sering kali harus merekayasa ulang proses bisnis mereka, mengintegrasikan sistem, dan mempromosikan praktik kerja yang gesit. Langkah-langkah ini, didorong oleh keinginan untuk mencapai *e-banking*, sering kali menghasilkan efisiensi dan kelincahan yang lebih besar dalam organisasi. Namun, perubahan organisasi yang radikal juga sering dikaitkan dengan risiko seperti rendahnya semangat kerja karyawan, atau jatuhnya layanan tradisional atau basis pelanggan.

Manfaat potensial lainnya dari *e-banking* bagi organisasi dapat mencakup: peningkatan penggunaan sumber daya IT dan proses bisnis; hubungan yang lebih baik dengan pemasok / pelanggan; pengiriman cepat produk dan layanan; dan pengurangan kesalahan entri data dan layanan pelanggan. Dengan hadirnya *e-banking*, maka kegiatan pemasaran dimungkinkan untuk dilakukan secara pemasaran elektronik (*e-marketing*) di sektor jasa keuangan. Pemasaran elektronik dibangun di atas kemampuan saluran elektronik untuk memberikan data terperinci tentang profil keuangan pelanggan dan perilaku pembelian. Pemahaman terperinci tentang pelanggan memungkinkan periklanan yang disesuaikan, produk yang disesuaikan, dan pengayaan hubungan dengan pelanggan melalui aktivitas seperti penjualan silang.

4. Fitur penting situs *Web* Lembaga Keuangan (*Financial Institution's Website*)

Dampak yang disebabkan oleh pandemi Covid19 seperti yang terjadi saat ini, telah menciptakan banyak ketidakpastian bagi bank atau lembaga keuangan. Saat ini bank memasuki musim penganggaran dan perencanaan kembali. Penganggaran yang realistis untuk pembaruan atau desain ulang situs *web* harus dimulai dengan mengidentifikasi komponen yang paling penting, untuk memastikan saluran ini dapat dengan mudah beradaptasi terhadap perubahan teknologi, strategi, dan harapan konsumen. Situs *web* yang kuat dapat mendukung merek dan dapat membantu lembaga keuangan melakukan pekerjaannya serta mendukung audiens dengan sebaik-baiknya.

Untuk itu terdapat 17 fitur penting yang harus ada di situs *web*, ketika bank atau lembaga keuangan mendesain ulang situs *web* menurut (Brown, 2020):

- a. Desain Ramah Seluler (*Mobile-Friendly Design*): Memiliki situs yang tidak dibuat menggunakan praktik terbaik desain responsif adalah sinyal pertama bagi pengunjung bahwa lembaga keuangan tidak memprioritaskan pengalaman pengguna mereka. Memiliki situs *web* yang tidak responsif dapat membuat kesan ketinggalan zaman dan menunda calon pelanggan. Jadi, hal pertama yang harus dimiliki dari setiap desain ulang situs *web* harus pertimbangan pengalaman desktop dan pengalaman seluler (*desktop and mobile experiences*).
- b. Kesesuaian ADA (*Americans with Disabilities Act/ADA Conformance*): Situs *web* harus dapat diakses oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki kecacatan seperti disleksia, epilepsi, kebutaan, dan lainnya. Panduan Aksesibilitas Konten *Web* (*Web Content Accessibility Guidelines/WCAG 2.1*) terbaru membantu pemilik situs *web* memahami cara memaksimalkan pengalaman pengguna untuk kesesuaian ADA. Setiap situs *web* baru harus dirancang dan dikembangkan berdasarkan pedoman ini, dan situs apa pun yang ada harus dipasang kembali jika memungkinkan. Selain itu, harus ada rencana untuk melatih pengelola situs *web* dalam menjaga kepatuhan situs setelah ditayangkan, serta untuk melakukan pemindaian ADA rutin untuk mengetahui masalah apa pun dan menghindari implikasi

pengalaman pengguna yang legal atau negatif karena pembaruan dilakukan dibuat ke situs *web* dari waktu ke waktu.

- c. **Arsitektur Situs yang Intuitif (*Intuitive Site Architecture*):** Strategi navigasi situs mengikuti tren - tetapi yang tidak berubah adalah kebutuhan pengunjung untuk segera menemukan apa yang mereka cari. Situs yang dibuat harus diatur dengan cara yang paling masuk akal bagi audiens, yang sebenarnya mungkin sangat berbeda dari cara institusi memahami dan mengacu pada solusi mereka sendiri. Arsitektur situs yang baik harus sederhana dan dapat di skalakan dan menjadi sesuatu yang dapat diedit sendiri saat kebutuhan institusi atau audiens berubah.
- d. **Pencarian Situs Bermanfaat (*Helpful Site Search*):** Situs *web* yang dirancang dengan baik akan memudahkan konsumen menemukan apa yang mereka cari dengan mudah, tetapi karena pengguna situs *web* begitu terbiasa menggunakan fitur pencarian di situs dan aplikasi populer seperti Google dan Amazon, mereka mungkin cenderung menggunakan situs yang sama juga. Situs *web* minimal harus menyertakan opsi pencarian menonjol yang menyajikan tampilan hasil pencarian yang mudah dibaca. Idealnya, ini akan memunculkan pencarian paling populer, seperti nomor perutean, tarif, kartu hilang dan opsi kontak, atau bahkan menyertakan jawaban sebaris untuk pertanyaan yang sering diajukan terkait dengan penelusuran. Ini dapat dicapai dengan pengembangan kustom atau solusi pihak ketiga yang merampingkan jenis manajemen konten ini.
- e. **Fitur Swalayan (*Self-Service Features*):** Situs *web* perbankan yang sukses adalah situs *web* yang menempatkan kebutuhan utama pengunjung di kursi pengemudi. Misi lembaga keuangan harus menghemat waktu orang ketika mereka memiliki permintaan sederhana. Ini dapat diselesaikan dengan menawarkan fitur obrolan, tautan cepat, pencarian situs yang canggih, atau elemen lain yang memberikan jawaban langsung. Merencanakan desain ulang situs harus melibatkan penentuan apa yang menjadi prioritas utama swalayan ini, dan bagaimana menyediakannya. Situs *web* yang menghargai waktu orang-orang untuk "hal-hal kecil" akan sangat membantu dalam membangun kesan merek yang positif dan

kepercayaan ketika tiba waktunya untuk "hal-hal besar" - seperti akun atau pinjaman baru.

- f. Pinjaman Online dan Pembukaan Rekening (*Online Loan and Account Opening*): Menawarkan pinjaman online dan pembukaan rekening adalah opsi yang harus ditawarkan situs *web* agar lebih kompetitif, menghargai waktu pelanggan. Mirip dengan menawarkan perbankan online dan seluler, membuka rekening atau pinjaman online hanyalah pengalaman yang diharapkan. Jika lembaga keuangan masih belum berinvestasi untuk memiliki kemampuan bagi konsumen untuk membuka rekening atau pinjaman online, maka itu merupakan suatu kerugian bagi mereka dan lembaga.
- g. Strategi SEO (*SEO Strategy*): Sebagian besar institusi mencari peringkat tinggi pada istilah pencarian organik utama, yang menjadikan strategi pengoptimalan mesin pencari (*search engine optimization/SEO*) yang terdefinisi dengan baik sangat penting untuk strategi desain ulang. Peringkat tinggi pada produk dan layanan perbankan sangat kompetitif tetapi dapat dilakukan dengan sukses dengan perencanaan yang tepat. Tentukan tujuan sejak awal, bekerja samalah dengan pakar SEO untuk menentukan apa yang diperlukan untuk mencapainya dan pastikan untuk memiliki rencana pengoptimalan yang berkelanjutan setelah situs diluncurkan. Pahami bahwa pengoptimalan konten berkelanjutan akan menjadi bagian penting dari proses ini, karena ini tetap menjadi salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap kesuksesan SEO. Sebagian besar lembaga juga memiliki strategi pemasaran mesin pencari (SEM) berbayar bersama dengan strategi SEO organik sehingga mereka dapat mengarahkan lalu lintas langsung dan berkualitas pada istilah pencarian teratas.
- h. Halaman Arahkan Kampanye (*Campaign Landing Page*): Halaman arahan menghilangkan elemen yang tidak perlu dan hanya fokus pada detail penawaran tertentu dan membuat pengunjung berkonversi. Halaman arahan yang dirancang dan dikembangkan dengan baik dapat membantu mendukung keberhasilan kampanye dan merupakan investasi cerdas untuk bank atau lembaga keuangan mana pun. Kerangka yang baik akan memungkinkan untuk menjaga pencitraan merek dan komponen tata letak dasar tetap konsisten (mis. Judul,

gambar) tetapi memberikan kemampuan untuk menyesuaikannya dengan mudah untuk kampanye tertentu.

- i. Konten yang *Relatable (Relatable Content)*: Kualitas dan kuantitas konten di situs *web* penting, agar situs *web* menjadi saluran komunikasi yang bermanfaat (*a helpful communications channel*) dan dapat berperan sebagai *an inbound marketing machine* (metode pemasaran yang bertujuan untuk membantu calon konsumen menemukan bisnis di situs *web*), serta untuk mendukung kesan merek yang maksudkan. Untuk itu diperlukan *copywriter web* untuk mengevaluasi dan menulis ulang konten agar sesuai dengan desain situs web yang baru.
- j. Personalisasi (*Personalization*): Bank dan lembaga keuangan telah berhasil mempersonalisasi konten berdasarkan geografi, URL rujukan, perilaku penjelajahan sebelumnya, atau kriteria bermakna lainnya. Dengan membuat konten lebih dipersonalisasi untuk kepribadian pengunjung (*a visitor's persona*) atau minat yang dirasakan (*perceived interests*) ini meningkatkan kemungkinan bahwa situs relevan dengan kebutuhan mereka dan akan mendorong mereka untuk mengambil tindakan yang diinginkan. Personalisasi yang paling baik dilakukan secara bertahap, dengan perencanaan dan penerapan yang tepat, hal ini sangat membantu meningkatkan keterlibatan situs *web* secara keseluruhan.
- k. Pertimbangan Privasi dan Keamanan (*Privacy and Security Considerations*): Ini adalah area yang paling penting bagi konsumen. Bank atau lembaga keuangan perlu memahami persyaratan privasi yang tepat dari tim hukum atau kepatuhan perusahaan, yang mungkin mencakup kepatuhan terhadap CCPA (*California Consumers Privacy Act*), GDPR (*General Data Protection Regulation*), atau pedoman lainnya. Penting juga untuk meninjau kembali kebijakan privasi perusahaan untuk memastikannya sejalan dengan peraturan terbaru untuk transparansi mengingat banyak perubahan selama bertahun-tahun. Selain itu, tim keamanan perlu dilibatkan untuk mengonfirmasi bahwa situs *web* perusahaan telah memenuhi semua persyaratan untuk perlindungan data konsumen. Area ini terus berkembang, jadi

libatkan tim sejak dini dan sering-sering untuk memastikan bahwa situs *web* perusahaan selalu sepenuhnya patuh.

- l. Literasi Keuangan dan Sumber bermanfaat (*Financial Literacy and Helpful Resources*): Sekarang konsumen mencari jawaban secara online daripada ke cabang, menyediakan akses ke sumber daya literasi keuangan secara online menjadi semakin penting. Selain menangani transaksi perbankan, situs *web* juga harus menjadi penghubung untuk sumber daya dan nasihat keuangan. Membeli rumah, misalnya, merupakan proses yang melibatkan penelitian dan bimbingan. Dengan menawarkan informasi dan alat untuk membantu konsumen di sepanjang perjalanan tersebut, perusahaan akan membangun dan memelihara hubungan, juga menumbuhkan loyalitas merek, kepemimpinan, dan kepercayaan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada adopsi produk. Selain itu, konten ini dapat berfungsi sebagai konten email atau media sosial yang bagus.
- m. Fitur Pemilihan Produk (*Product Selection Features*): Memilih produk mana yang terbaik berdasarkan kebutuhan dan preferensi tertentu sering kali menjadi rumit untuk produk layanan keuangan. Menawarkan alat pencari produk di situs *web* dapat membantu dalam pengalaman pengguna dan membantu mendukung konversi. Produk tertentu lebih kondusif daripada produk lain bagi pencari produk, seperti rekening giro dan tabungan atau hipotek. Dengan memberi pengguna serangkaian pertanyaan atau kemampuan untuk memfilter berdasarkan fitur, perbankan membantu mengarahkan mereka dalam proses pengambilan keputusan.
- n. Manajemen Tarif (*Rate Management*): Tarif deposito dan pinjaman dapat sering berubah, jadi memiliki alat bawaan yang memungkinkan bank memperbarui semua tarif secara terpusat dalam sistem manajemen konten (CMS) sangat penting untuk mempermudah administrasi situs dan menjaga kepatuhan. Selain itu, alat ini memungkinkan penerbitan terjadwal atau pembatalan penerbitan karena informasi tarif mungkin perlu diperbarui pada suatu hari, atau pada satu jam, ketika bank mungkin tidak sedang bekerja.
- o. Manajemen Lokasi (*Location Management*): Untuk institusi dengan banyak lokasi cabang, kemampuan untuk mengelola informasi lokasi

secara terpusat dalam CMS situs *web* mereka adalah fitur yang berharga dan diperlukan. Ini tidak hanya membantu untuk memastikan bahwa informasi yang sering diakses ini mudah diperbarui oleh administrator, tetapi juga memberikan kesempatan untuk berintegrasi dengan jaringan ATM pihak ketiga atau bahkan daftar platform lokal (*local listing platforms*). Karena informasi lokasi sangat penting untuk SEO lokal, fitur ini harus dirancang dan berfungsi dengan cara yang ramah-SEO.

- p. Manajemen Siaga (*Alert Management*): Perusahaan kemungkinan besar harus mengalami kebutuhan akan fitur peringatan situs *web*. Saat pandemi pertama kali menyerang, dalam sekejap, perlu memberi tahu audiens bahwa cabang bank ditutup dan kemudian memberikan pembaruan berkelanjutan tentang bagaimana perusahaan menangani situasi tersebut. Dari peringatan cuaca hingga pemeliharaan platform perbankan online terencana, fitur peringatan harus dimiliki oleh situs lembaga keuangan mana pun. Karena kepekaan waktu peringatan, fitur tersebut harus mudah diedit, dijadwalkan dan tidak dijadwalkan.
- q. Pelacakan *Analytics* Kustom (*Custom Analytics Tracking*): Sebagian besar bank dan lembaga keuangan lainnya menetapkan sasaran untuk situs *web* mereka, namun banyak yang tidak berhenti memikirkan tentang bagaimana mereka saat ini mengukur kesuksesan. Misalnya, meningkatkan aplikasi pinjaman mobil setelah desain ulang sebesar 10% berarti melacak jumlah aplikasi sebelum situs didesain ulang, termasuk sumber aplikasi. Pelacakan *Analytics* menjadi sangat canggih dalam beberapa tahun terakhir, jadi berinvestasi dalam pelacakan dan pelaporan analitik khusus, termasuk melalui situs pihak ketiga, sangat penting untuk memahami ROI dari setiap proyek digital. Ini adalah area yang kemungkinan besar akan berkembang setelah situs baru diluncurkan, jadi situs yang telah didesain ulang, dan dukungan analitik yang berkelanjutan setelahnya untuk mengevaluasi bagaimana upaya bank berkontribusi pada tujuan.

G. PERBANKAN SELULER (MOBILE BANKING)

(Krishnan, 2014), dalam tulisannya mengemukakan bahwa teknologi seluler memungkinkan bank untuk berinteraksi dengan pelanggan dalam berbagai cara yang praktis dan berpotensi menguntungkan kedua belah pihak dan tanpa biaya yang biasanya terkait dengan pengoperasian kantor cabang. *Mobile banking* merupakan produk atau layanan bank yang dirancang untuk membuat pelanggan menjadi lebih nyaman bertransaksi dengan bank. Pelanggan membutuhkan kemudahan, keamanan, akses, biaya transaksi rendah, kecepatan, kontinuitas, dan rasa aman dan *mobile banking* memenuhi semua kebutuhan itu. Perbankan seluler menghilangkan persyaratan lokasi dari perbankan. Dengan *mobile banking*, pelanggan tidak perlu lagi bertransaksi di cabang, namun cukup melalui smartphone miliknya. Saat ini perbankan harus sudah berpikir untuk mengurangi ketergantungan pada proses dan standar yang dibangun untuk melayani secara offline. Prilaku konsumen saat ini telah bergeser dari kebiasaan bertransaksi offline menjadi online dalam segala aspek karena perubahan dalam teknologi digital yang demikian pesat. Untuk itu bank maupun lembaga keuangan harus memahami kebutuhan dan keinginan serta selera pelanggan yang sudah berubah. Perbankan harus selalu mengikuti perkembangan kemampuan dan masalah yang terkait dengan perangkat seluler, teknologi, dan produsen yang semakin beragam.

1. Perspektif *mobile banking* mengubah cara konsumen berhubungan dengan bank

Pelanggan mengharapkan bank tanggap, secara *real time*, untuk permintaan mereka yang disampaikan melalui saluran manapun setiap saat. Harapan mereka kecepatan layanan juga meluas sampai kepada pengetahuan bank tentang kebutuhan mereka, baik kebutuhan spesifik mereka, maupun hubungan mereka secara keseluruhan dengan bank. Pelanggan tidak lagi memiliki kebutuhan yang sama dalam interaksi tatap muka, sehingga kualitas interaksi online perlu ditingkatkan guna memungkinkan penyampaian saran serta layanan. Bank yang berinovasi dalam teknologi digital seperti *mobile banking*, akan dapat bertahan sedangkan yang tidak secara bertahap akan kehilangan relevansinya dengan konsumen saat ini.

Manfaat dan keuntungan dengan adanya teknologi seluler bagi bank dan pelanggan: Teknologi seluler memungkinkan bank untuk memberikan interaksi yang sangat relevan dan disesuaikan dengan pelanggan mereka, mendorong peningkatan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) dan mengurangi biaya operasional (*reduced operating costs*). Hal ini memungkinkan pencapaian target untuk meraih pelanggan jauh lebih tepat, di bandingkan dengan teknik penjangkauan pemasaran konvensional (*conventional marketing outreach techniques*). Perbankan seluler memberikan pengalaman yang jauh lebih kaya kepada pelanggan dalam hal nasihat, layanan, dan penelitian yang diarahkan sendiri (*in term of self-directed advice, service, and research*). Dan ini memberikan kesempatan untuk pengambilan keputusan secara *real-time* dan kustomisasi produk serta layanan.

2. Transformasi Perbankan Digital (*Digital Banking Transformation*)

(Marous, 2018), mengemukakan bahwa banyak organisasi kewalahan oleh lingkup perubahan yang dibutuhkan untuk menjadi "bank digital", namun mau tidak mau perbankan harus melakukannya saat ini juga. Berikut beberapa cara yang dapat diterapkan dengan relatif mudah, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, dan meningkatkan pengalaman pelanggan serta memberikan landasan untuk strategi yang lebih luas di masa mendatang.

Tingkatkan Pengalaman Perbankan Seluler (*Improve Mobile Banking Experience*):

Konsumen semakin memilih bank berdasarkan kemampuan perbankan digital mereka. Tidak cukup lagi hanya memberikan saldo rekening dan daftar transaksi terkini di smartphone. Konsumen menginginkan fungsi yang lebih canggih. Berikut beberapa kapabilitas seluler yang harus ditawarkan perbankan:

- a. **Pembukaan Rekening Seluler (*Mobile Account Opening*):** Bank dapat memberikan layanan kepada pelanggan untuk membuka rekening giro atau mengajukan pinjaman melalui smartphone, tanpa mengunjungi cabang. Tidak ada alasan pelanggan harus mengunjungi cabang hanya untuk memberikan tanda tangan, memverifikasi informasi pribadi,

atau mentransfer dana, yang mana hal ini dapat dilakukan dengan proses digital.

- b. Transfer uang (*Funds Transfer*): Bank harus menyediakan layanan di mana pelanggan dapat dengan mudah mentransfer dana antar rekening serta ke rekening di lembaga lain dengan proses yang sesederhana mungkin. Kesederhanaan dapat diukur dengan jumlah penekanan tombol yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.
- c. Pembayaran Tagihan (*Bill Payments*): Seperti halnya transfer dana, pastikan proses menggunakan jumlah penekanan tombol minimum dan intuitif.
- d. Deposit Seluler (*Mobile Deposit*): Beberapa penelitian menemukan bahwa pelanggan akan menilai seluruh pengalaman perbankan seluler mereka berdasarkan betapa mudahnya menyetor cek dengan ponsel cerdas mereka. Jika pelanggan membutuhkan tiga atau empat percobaan sebelum cek benar-benar disimpan, maka pelanggan akan pindah ke *provider* lain.
- e. Pembayaran P2P (*P2P Payments*): Permudah pelanggan untuk menggunakan aplikasi P2P yang bervariasi, yang mereka sukai maka penggunaan akan meningkat.
- f. Mendorong Keterlibatan (*Push for Engagement*): Ada kemungkinan besar konsumen tidak begitu mengenal aplikasi perbankan seluler suatu bank. Gunakan video pendek dan tutorial yang mudah diakses untuk mengedukasi konsumen dan memberikan pesan berkelanjutan kepada pelanggan yang belum sepenuhnya memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.

3. Menjadi Mitra Keuangan (*Become a Financial Partner*)

Konsumen tidak suka anggaran dan kesulitan menabung. Teknologi digital baru dan kemampuan pemantauan transaksional dapat memungkinkan lembaga keuangan memosisikan diri sebagai mitra keuangan bagi konsumen dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Manfaatkan kemampuan layanan ini maka akan berdampak positif pada pertumbuhan akun, pendapatan, kepercayaan, dan loyalitas.

- a. Wawasan Keuangan Real-Time (*Real-Time Financial Insight*): Wawasan keuangan *real-time* adalah hal yang harus dimiliki oleh perbankan,

untuk memberikan info keuangan secara real *time* atas transaksi yang dilakukan pelanggan melalui smartphone mereka.

- b. Peringatan dan Pemberitahuan Proaktif (*Proactive Alerts and Notifications*): Pelanggan tidak lagi puas dengan hanya menerima pemberitahuan tentang suatu masalah setelah masalah itu terjadi. Sebaliknya, mereka menginginkan peringatan jika transaksi dapat menyebabkan masalah. Gunakan *alerts and notifications* untuk menyoroti peluang untuk memperbaiki situasi keuangan pelanggan juga.
- c. Alat Tabungan Otomatis (*Automated Savings Tools*): Sebagian besar lembaga keuangan menyediakan beberapa jenis program tabungan otomatis berbasis kalender. Dengan kemampuan untuk memantau hubungan individu dari waktu ke waktu, sekarang dimungkinkan untuk membangun alat tabungan otomatis yang menghilangkan kelebihan dana dari rekening giro dan mentransfer dana ke rencana tabungan (atau sebaliknya bila diperlukan). Dari alat pembulatan otomatis, hingga perpindahan dana ke instrumen investasi, konsumen akan menyambut baik bantuan apa pun yang dapat diberikan lembaga keuangan mereka untuk meningkatkan tabungan.
- d. Pendidikan Keuangan (*Financial Education*): Edukasi keuangan sekarang dapat disampaikan melalui online atau aplikasi perbankan seluler. Konten ini tidak hanya dapat dipersonalisasi untuk konsumen individu, tetapi sebagai bagian dari keterlibatan, meningkatkan penargetan pesan dan penyampaian solusi.
- e. Inovasi Produk Baru (*New Product Innovations*): Produk baru yang dapat membantu anggaran konsumen, menabung, mengurangi hutang, melindungi privasi, dll. Ditawarkan secara konstan. Di sinilah kemitraan dengan penyedia solusi dan perusahaan Fintech, dapat memberikan dampak terbesar, terutama untuk lembaga keuangan yang lebih kecil dengan anggaran terbatas.

4. Personalisasikan Pengalaman Pelanggan (*Personalize the Customer Experience*)

Banyak yang sedang ditulis tentang pentingnya mengetahui, memahami, dan memberi penghargaan kepada konsumen. Di era digital,

di mana data dapat diproses lebih cepat dari sebelumnya, dan solusi yang sangat dipersonalisasi dapat dikirimkan secara *real-time*, tidak lagi dapat diterima untuk memiliki inisiatif penjualan "*product campaigns*" atau "*next-most-likely-product*".

- a. Beralih dari Kampanye Produk ke Pemasaran Solusi (*Move From Product Campaigns to Solution Marketing*): Data pelanggan harus diproses setiap menit (atau lebih cepat), dengan "tindakan terbaik berikutnya" ditawarkan berdasarkan kebutuhan yang teridentifikasi, perilaku masa lalu dan saat ini, serta opsi solusi. Opsi ini harus dikirimkan ke pelanggan di saluran pilihan mereka segera dengan cara yang dipersonalisasi dan manusiawi. Integrasi manusia dalam proses tidak boleh diabaikan jika ini adalah cara terbaik untuk memberikan pengalaman yang lebih baik.
- b. Pemasaran Lanjutan (*Advanced Marketing*): Bank dan Lembaga keuangan perlu beralih dari tindakan basa-basi (*lip service to action*) ke mencari mitra yang dapat membantu mengubah strategi dan taktik pemasaran yang sudah ketinggalan zaman. Pergerakan dari pemasaran offline ke online didorong oleh kemampuan untuk melayani konsumen dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Temukan mitra dengan bakat yang diperlukan untuk membantu pengumpulan, pemrosesan, analisis, dan penggunaan wawasan pelanggan untuk menghasilkan pemasaran yang dipersonalisasi (*personalized marketing*).
- c. Penargetan Ulang Digital (*Digital Retargeting*): Jutaan dolar dari bisnis baru dan pendapatan hilang setiap tahun karena tidak melacak pola belanja dan pembelian konsumen. Pengabaian digital terjadi tidak hanya di pengecer online dan seluler, tetapi juga saat konsumen mencoba menggunakan aplikasi perbankan online atau seluler. Bank dan Lembaga keuangan perlu memahami perjalanan pelanggan (*the customer journey*) dan menargetkan ulang semua orang yang ingin terlibat dengan mereka, tetapi berhenti melakukannya karena frustrasi.

5. Langkah Berikutnya adalah Membangun, Membeli, atau Bermitra.

Selalu ada pilihan bagaimana berinovasi dan memberikan solusi yang lebih baik bagi pelanggan. Perbankan dan Lembaga keuangan tidak perlu takut dengan adanya perubahan yang begitu cepat di bidang digitalisasi perbankan. Sebaliknya, yang lebih penting adalah merangkul perubahan (*to embrace change*), menerima risiko (*accept risk*) dan mengganggu (*disrupt*) paradigma lembaga keuangan/konsumen. Saat ini banyak pilihan bagi perbankan untuk berinovasi bagi perubahan model bisnis yang dijalankan. Untuk melakukan perubahan dapat dilakukan dengan membangun sendiri (*build*) atau membeli (*buy*) aplikasi perbankan seluler, tentunya hal ini membutuhkan investasi yang besar. Cara lainnya yaitu dengan bermitra (*partner*), yang dapat memberikan solusi yang dapat diimplementasikan dengan cepat dan mudah dari produk baru hingga kemampuan pemasaran yang ditingkatkan. Lingkungan perbankan digital saat ini bergerak lebih cepat daripada sebelumnya, dengan konsumen memimpin panggilan untuk solusi baru.

6. Cara pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru perbankan seluler

(Marous, *9 Ways Marketing Can Help Acquire New Mobile Banking Customers*, 2013), Pemasar keuangan dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi yang mereka miliki untuk mempromosikan migrasi saluran. Menurut penelitian dilakukan oleh Fiserv Inc., organisasi yang secara aktif memasarkan perbankan seluler telah mengalami tingkat adopsi rata-rata dua kali lebih tinggi dari lembaga yang tidak mempromosikan layanan tersebut. Berikut ini terdapat sembilan cara perbankan dalam mempromosikan perbankan seluler:

- a. ATM: Salah satu cara terbaik mempromosikan *mobile banking* adalah tidak hanya mendorong pendaftaran perbankan seluler di layar ATM, tetapi menyertakan kode QR di bagian bawah tanda terima transaksi. Penggunaan kode QR menarik bagi pengguna smartphone untuk menautkan secara elektronik ke aplikasi yang sesuai. Pelanggan dapat memutuskan untuk segera memindai kode atau melakukannya nanti ketika mereka merujuk pada tanda terima untuk menyeimbangkan akun mereka.

- b. Laporan Rekening (*Account Statements*): Metode lain yang sangat murah, namun efektif untuk mempromosikan *mobile banking* menggunakan kode QR di laporan pelanggan atau di amplop komunikasi pelanggan standar.
- c. Komunikasi Cabang (*Branch Communication*): Jelas ada banyak cara untuk mempromosikan pengunduhan aplikasi perbankan seluler di cabang serta banyak cara untuk menawarkan insentif kepada pelanggan dan / atau karyawan cabang untuk penyelesaian pengunduhan. Manfaat dari promosi berbasis cabang adalah kemampuan untuk berdialog dengan pelanggan tentang keuntungan menggunakan perbankan seluler serta memberikan peluang besar untuk menjawab pertanyaan atau mengatasi masalah apa pun yang mungkin dimiliki pelanggan. Karena pelanggan hampir selalu membawa telepon mereka saat mengunjungi cabang, ini adalah saluran lain di mana kode QR bisa sangat efektif.
- d. Email: Kampanye email adalah cara terbaik untuk menargetkan pelanggan perbankan online atau pelanggan yang melakukan banyak permintaan saldo setiap bulan. Beberapa bank bahkan menargetkan pelanggan yang menggunakan cabang secara luas untuk setoran cek, mempromosikan fungsi setoran jarak jauh dari *mobile banking*. Kampanye email menyediakan tautan langsung ke lokasi perbankan seluler di situs *web* bank atau ke aplikasi perbankan seluler itu sendiri.
- e. Spanduk Web (*Web Banner*): Menggunakan iklan spanduk serta menambahkan spanduk sembul saat pelanggan melihat situs *web* bank menggunakan perangkat seluler mereka adalah teknik penargetan yang sangat efektif yang dapat mempromosikan aplikasi perbankan seluler.
- f. Surat Langsung (*Direct Mail*): Dengan perluasan kepemilikan smartphone, potensi keuntungan ekonomi dan kompetitif dari migrasi perbankan seluler, beberapa bank menggunakan surat langsung sebagai bagian dari strategi multichannel (*multichannel strategy*) untuk meningkatkan penetrasi dan penggunaan perbankan seluler. Meskipun lebih mahal daripada saluran di atas, peningkatan dari menambahkan surat langsung yang ditargetkan ke bauran pemasaran telah mengimbangi biaya yang lebih tinggi dari saluran ini,

meningkatkan volume bersih pengguna yang memenuhi syarat lebih cepat daripada saluran surat langsung atau elektronik saja.

- g. **Media Sosial (Social Media):** Pengguna jejaring sosial yang rajin adalah sebagian dari pengguna smartphone paling produktif, menjadikan mereka target audiens yang hebat untuk mendapatkan keuntungan dari perbankan seluler. Bank harus aktif di Facebook perbankan dan halaman sosial lainnya dioptimalkan untuk tampilan seluler dengan menyertakan tautan mudah ke halaman aplikasi perbankan seluler bank atau apps store yang benar.
- h. **Media Tradisional (*Traditional Media*):** Meskipun tidak digunakan seluas saluran lain, iklan cetak tradisional masih digunakan untuk memperkuat manfaat perbankan melalui saluran seluler. Biasanya berfokus pada setoran cek seluler (*mobile check deposit*), program hadiah seluler, atau aplikasi baru seperti *ATM finder*, saluran ini adalah cara yang efektif untuk menampilkan kepemimpinan pasar dalam perbankan seluler.
- i. **Teks SMS:** Semakin banyak lembaga keuangan yang mulai meminta nomor ponsel sebagai bagian dari proses pembukaan rekening baru untuk memungkinkan komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan. Jika bank memiliki izin SMS, saluran ini dapat efektif bila digunakan dengan insentif untuk pendaftaran perbankan seluler bersama dengan tautan langsung ke halaman unduhan di toko aplikasi (apps store). Meskipun saluran ini perlu digunakan dengan bijaksana, ada juga kemampuan untuk mengintegrasikan pesan dengan penawaran program hadiah bank berupa poin atau diskon barang dagangan.

H. TREN PEMASARAN DIGITAL BANK TAHUN 2020

Pemasaran digital untuk bank menjadi semakin penting, karena hampir menghabiskan setengah dari semua anggaran pemasaran bank. Pada saat yang sama, banyak bank kecil berjuang untuk tetap *up-to-date* dengan tren pemasaran digital di perbankan, sering kali tertinggal di belakang bank-bank nasional dengan anggaran yang jauh lebih besar. Meskipun iklan berbayar adalah bagian terbesar dari setiap strategi pemasaran digital, tren pemasaran bank digital untuk bank ini menggabungkan personalisasi (*personalization*), pengalaman pelanggan

(*customer experience*), jangkauan pelanggan (*customer outreach*), dan segmentasi audiens (*audience segmentation*) yang lebih baik sebagai cara untuk meningkatkan periklanan melalui kualitas, bukan hanya kuantitas.

Banyak faktor yang perlu diperhatikan saat mengembangkan kampanye pemasaran digital, namun terdapat tujuh tren pemasaran digital di perbankan berikut ini termasuk yang paling penting untuk dipertimbangkan, yaitu: (1) *Increasing Push for Competitiveness*, (2) *Chatbots*, (3) *Personalization*, (4) *Machine Learning*, (5) *Sophisticated Search*, (6) *Omni-Channel*, (7) *Experience & Engagement*. (Everfi, 2020)

Increasing Push for Competitiveness: Peningkatan daya saing dalam pemasaran digital bagi bank. Hari ini, semua orang menggunakan digital, dari media sosial, video hingga iklan PPC di Google dan Bing, hampir semua bank memiliki keberadaan digital. Sebagian besar bank percaya bahwa mereka harus meningkatkan pengeluaran pemasaran digital mereka dan meningkatkan upaya lintas platform untuk meningkatkan efisiensi iklan mereka. Sementara semakin banyak pesaing menunjukkan nilai pemasaran digital di sektor perbankan, hal itu juga membuat bank lebih sulit untuk menonjol. Ini berarti bank harus mengambil pendekatan unik (*unique approaches*), menyoroti pelanggan (*highlighting customers*) dan kisah sukses (*success stories*), mendorong nilai melalui penawaran pemasaran, dan menggunakan kampanye kesadaran non-tradisional (*non-traditional awareness campaigns*) daripada iklan biasa untuk mendorong keterlibatan paling banyak dalam dunia digital yang sangat kompetitif.

Chatbots: Chatbots adalah titik kontak utama layanan pelanggan. Obrolan (*chat*) adalah salah satu aspek dukungan pelanggan yang tumbuh paling cepat, dengan peningkatan ketersediaan, kompleksitas, dan kecanggihan opsi untuk pemasaran digital bagi bank. Pelanggan menginginkan jawaban dengan cepat dan sering tanpa harus mengangkat telepon dan melakukan panggilan. *Chat* dan chatbot di perbankan yang terintegrasi ke dalam media sosial, situs *web*, dan aplikasi, memudahkan pelanggan untuk mengajukan pertanyaan dan menerima bantuan yang mereka butuhkan dengan sedikit usaha. Di sini, obrolan ideal untuk permintaan pelanggan standar, memeriksa akun, memeriksa layanan, dan menyaring melalui layanan pelanggan tingkat pertama. *Chat* dapat

ditawarkan dalam bentuk obrolan 24/7 dengan chatbot in-line yang canggih.

Personalization: Data besar (*big data*) memungkinkan bank untuk menargetkan konsumen individu daripada segmen secara keseluruhan, menciptakan personalisasi dan pengalaman pengguna yang lebih baik. Peningkatan personalisasi ini terkait dengan keinginan konsumen untuk personalisasi dan koneksi dengan bank mereka. Otomatisasi mesin dan AI dikombinasikan dengan data besar untuk memungkinkan bank menawarkan opsi yang dipersonalisasi, layanan dan produk modular, persetujuan awal untuk pinjaman dan layanan, serta informasi pribadi lainnya. Bank juga dapat menunjukkan kepada pelanggan bagaimana tarif mereka dihitung, menawarkan diskon untuk membayar tepat waktu atau berinvestasi dan sebaliknya mengambil langkah-langkah untuk menggunakan data untuk secara otomatis menciptakan pengalaman yang dipersonalisasi (*automatically create a personalized experience*).

Machine Learning: Artificial Intelligence dan Machine Learning dalam digital perbankan merupakan aspek penting dalam mengintegrasikan aplikasi, chatbots, dan segmentasi satu orang. Bank yang memiliki akses ke sejumlah besar data dan *machine learning* adalah cara yang bagus untuk memanfaatkannya. Misalnya, AI dapat melacak kemajuan pengguna di situs *web*, media sosial, dan aplikasi, mempertimbangkan penelusuran mereka, dan membuat perjalanan pelanggan yang dipersonalisasi untuk mereka. AI dapat memilih untuk menunjukkan produk dan informasi yang relevan dengan pelanggan, dapat mengarahkan pelanggan ke perwakilan layanan pelanggan jika perlu, dan sebaliknya dapat memprediksi apa yang dibutuhkan konsumen berdasarkan perilaku dan tindakan mereka.

Sophisticated Search: Mengintegrasikan *search optimization* ke dalam digital *marketing* bank. Meskipun pencarian organik sebagian besar tetap sama selama beberapa tahun terakhir, jenis pencarian baru mulai menjadi populer. Konten pemasaran sekarang harus dioptimalkan sepenuhnya untuk muncul di penelusuran seluler, melalui penelusuran suara, dan terkadang melalui kombinasi keduanya. Menyesuaikan pendekatan pemasaran konten dan kata kunci untuk memenuhi kebutuhan tersebut, tanpa mengganggu pengalaman pelanggan sangatlah penting. Dengan tren pemasaran perbankan ini, bank harus menyesuaikan strategi berbagi

konten untuk menawarkan jawaban yang singkat dan ringkas bagi pengguna penelusuran seluler dan suara.

Omnichannel: Memperluas ke multialuran. Sebagian besar pelanggan akan merasakan pengalaman bank mereka melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan situs *web* sebelum mempertimbangkan untuk masuk ke cabang atau membuka rekening. Beberapa juga akan mengunduh dan memeriksa aplikasi sebelum melakukannya. Menyesuaikan dengan pengalaman *omnichannel* ini berarti bekerja untuk mengatur perjalanan pelanggan di seluruh platform sehingga pelanggan mengalami pencitraan merek yang sama dan sedekat mungkin dengan pengalaman yang mulus. Di sini, bank juga dapat mengintegrasikan *cookie* untuk melacak dari mana pelanggan berasal, yang dapat membantu bank untuk menyesuaikan pengalaman dan memenuhi harapan pengguna.

Experience & Engagement: Fokus pada Pengalaman dan Keterlibatan. Banyak tren pemasaran bank digital berkisar pada merangkul dan memanfaatkan teknologi baru, tetapi pelanggan juga semakin berharap lebih banyak dari bank. Dengan layanan 24/7, pelanggan memiliki kemudahan berganti bank, dan kemudahan membandingkan apa yang ditawarkan bank secara rinci, untuk itu bank harus menawarkan lebih banyak agar lebih menjadi pengalaman pelanggan. Di sini, otomatisasi, AI, dan pembelajaran mesin (*automation, AI, and machine learning*) dapat memainkan peran penting, menawarkan harga yang lebih baik kepada pelanggan, memastikan mereka tidak melewatkan apa pun, menciptakan nilai tambah, dan sebaliknya bekerja untuk meningkatkan pengalaman total pelanggan.

Tren digital *marketing* di perbankan selalu berubah, namun banyak elemen yang tetap sama dari tahun ke tahun. Misalnya, semua bank harus fokus pada penawaran kehadiran dan aplikasi digital yang kuat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih muda (*younger consumers*) sambil menawarkan kenyamanan kepada semua orang. Sebagian besar juga harus fokus pada menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dengan lebih personalisasi dan layanan yang lebih mudah beradaptasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Mengikat elemen-elemen ini ke dalam iklan digital juga akan membantu meningkatkan persaingan online.

I. RANGKUMAN MATERI

Revolusi industri 4.0 membawa dampak bagi dunia perbankan. Era disrupsi ini membuat semua lembaga keuangan bank maupun non bank berpacu untuk berinovasi di bidang teknologi kekinian untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Inovasi di bidang teknologi membawa perbankan untuk mengevaluasi ulang strategi pemasaran yang selama ini dilakukan secara offline. Perbankan mulai menerapkan pemasaran online dengan internet, membuat situs *web*, dan mengarahkan pelanggan off line untuk beralih ke online, bahkan berinvestasi dalam pembuatan aplikasi *mobile banking*. Hal ini dilakukan karena perilaku atau gaya hidup pelanggan yang sudah mulai berubah. *Mobile banking* merupakan produk atau layanan bank yang dirancang untuk membuat pelanggan menjadi lebih nyaman bertransaksi dengan bank. Pelanggan membutuhkan kemudahan, keamanan, akses, biaya transaksi rendah, kecepatan, kontinuitas, dan rasa aman dan *mobile banking* memenuhi semua kebutuhan itu. Bank yang tidak mengikuti perkembangan teknologi terkini akan kalah dalam persaingan dengan fintech yang sudah menjamur dan siap melayani pelanggan dengan cepat dan mudah. Untuk itu perbankan mau tidak mau harus berupaya meraih pelanggan dengan berbagai teknologi yang disukai pelanggan dan membuat situs *web* dengan fitur-fitur yang menyenangkan, menarik dan tidak membosankan. Strategi pemasaran digital yang dibuat haruslah berdampak pada meningkatnya kepuasan, nilai dan loyalitas pelanggan, agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas serta hubungan pelanggan tercapai.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Dengan kehadiran internet sebagian besar perusahaan kini telah beralih dari pemasaran offline ke pemasaran online atau *e-marketing*.
 - a. Jelaskan pengertian dari *e-marketing* / pemasaran digital.
 - b. Sebutkan beberapa cara bagi perusahaan untuk melakukan pemasaran secara online.
 - c. Mengapa perusahaan harus menerapkan *e-marketing*.
2. Terdapat 6 jenis utama saluran komunikasi media digital (digital media *communications channels*) yang harus dipertimbangkan setiap

perusahaan sebagai bagian dari pemasaran digital, sebutkan dan jelaskan.

3. Perbankan saat ini dituntut untuk menjadi bank yang gesit (*Agile banks*) agar mampu untuk mengatasi perubahan dalam teknologi yang begitu cepat. Terdapat lima karakteristik inti *Agile banks*, jelaskan.
4. Saat ini bank harus sudah menerapkan internet *banking* atau *e-banking* untuk meraih pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif.
 - a. Jelaskan pengertian dari *e-banking*
 - b. Jelaskan pula keuntungan dan kekurangan dari layanan *e-banking*
 - c. Jelaskan pula beberapa manfaat utama layanan *e-banking* yang menyebabkan *e-banking* menjadi penting untuk dilakukan oleh bank.
5. Tren pemasaran bank digital dilakukan dengan menggabungkan personalisasi (*personalization*), pengalaman pelanggan (*customer experience*), jangkauan pelanggan (*customer outreach*), dan segmentasi audiens (*audience segmentation*) yang lebih baik sebagai cara untuk meningkatkan periklanan melalui kualitas, bukan hanya kuantitas. Banyak faktor yang perlu diperhatikan saat mengembangkan kampanye pemasaran digital, namun terdapat tujuh tren pemasaran digital yang penting untuk dipertimbangkan. Sebutkan dan jelaskan tren tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, M. (2020, August 26). features-financial-institution-website-mobile-digital-marketing-seo. USA. Retrieved October 1, 2020, from <https://thefinancialbrand.com>
- Chaffey, D. (2016, December 21). digital-marketing-strategy/online-marketing-mix/defini-tions-of-emarketing-vs-internet-vs-digital-marketing. United Kingdom. Retrieved September 25, 2020, from <https://www.smartinsights.com>
- Chaffey, D. (2019, January 08). managing-digital-marketing/marketing-innovation/business-critical-digital-marketing-trends. UK. Retrieved September 25, 2020, from <https://www.smartinsights.com>
- Chaffey, D. (2020, April 20). digital-marketing-strategy/what-is-digital-marketing. United Kingdom. Retrieved September 25, 2020, from <https://www.smartinsights.com>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing* (Vol. Sixth). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. New York: Routledge.
- Everfi. (2020, September 22). financial-education/digital-marketing-trends-for-banks/7 Digital Marketing Trends for Banks in 2020. Retrieved October 1, 2020, from <https://everfi.com>
- Guijt, R., & Winssen, R. v. (2001). *Electronic Banking -The Ultimate Guide to Business and Technology of Online Banking*. (S. E. B.V, Ed.) Netherlands: © Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH. Retrieved from www.scedu.com; www.hottguide.com
- Kemp, S. (2020, Februari 18). reports digital indonesia. Retrieved September 25, 2020, from <https://datareportal.com>
- King, B. (2013, January 21). From Passbook to Mobile: The Evolution Of The Bank Account. USA. Retrieved October 1, 2020, from <https://thefinancialbrand.com>

- King, B. (2019). *BANK 4.0 Banking Everywhere, Never at a Bank*. Singapore: Marshall Cavendish International (Asia).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Fourteen Edition ed.). England: Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Vol. 14). USA: Prentice Hall.
- Krishnan, S. (2014). *The Power of Mobile Banking How to Profit from the Revolution in Retail Financial Services*. United States of America: Published by John Wiley & Sons, Inc.
- Marous, J. (2018, October 2). digital-banking-transformation-strategies-trends . USA. Retrieved October 1, 2020, from <https://thefinancialbrand.com>
- Marous, J. (2020, September 25). 9 Ways Marketing Can Help Acquire New Mobile Banking Customers. USA. Retrieved January 21, 2013, from <https://thefinancialbrand.com>
- Shah, M., & Clarke, S. (2009). *E-Banking Management: Issues, Solutions, and Strategies*. United States of America: IGI Global.
- Skinner, C. (2014). *Digital bank : strategies to launch or become a digital bank*. Singapore: Marshall Cavendish Business Singapore.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Whitney. (2020, October 1). the-3-types-of-media-in-marketing-paid-earned-and-Own. Retrieved 2020, from <https://infographicworld.com>

PROFIL PENULIS

Puji Muniarty, S.E., M.M



Penulis lahir di Nunggi pada tanggal 26 November 1985. Menyelesaikan pendidikan S-1 dan S-2 Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan Bisnis di Universitas Mataram. Penulis mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima hampir selama 10 tahun. Penulis pernah menjadi dosen tamu di PICOMS Internasional University College Kuala Lumpur Malaysia. Sebagai akademisi penulis juga terlibat

dalam Tim Penyusunan Studi Awal Masterplan Pengembangan Ekonomi Kegiatan Koordinasi Perencanaan Pembangunan Ekonomi Kabupaten Bima, Tim Survei Pemantauan Harga (SPH) Bank Indonesia, Tim Penyusunan Naskah Akademik Pemberian Insentif Dan Kemudahan Penanaman Modal Di Kota Bima, Tim Hygiene Factor & Konsultasi Public PT . PLN (Persero) Area Bima dan Tim Juri Kompetisi Wirausaha Muda Tingkat Kota Bima.

Dirvi Surya Abbas, S.E.,M.Ak



Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang sejak 2014. Selain menjadi dosen, Penulis adalah Associate Editor Jurnal Ilmiah COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan (Sinta 6). Penulis adalah anggota IAI, ADI, dan ADPI. Penulis pernah bekerja di Kantor Akuntan Publik Drs. Irwanto, sebagai Senior Auditor Jakarta (2013-2015).

Pendidikannya diselesaikan di Universitas Muhammadiyah Tangerang, Banten (2007) di bidang Akuntansi (S.E), Universitas Esa Unggul, Jakarta (2015) di bidang Akuntansi (M.Ak). Bidang keahlian penulis adalah Akuntansi, *Auditing*, Teori Akuntansi. Sudah 12 buku yang telah ditulis oleh penulis di antaranya tentang Akuntansi Biaya, Manajemen Keuangan, Pengantar Akuntansi 1, Pengantar Akuntansi 2, Pengantar Manajemen, lalu beberapa Buku Monograf dan Buku Referensi dalam bidang ilmu *auditing* yang telah ditulis penulis yakni tentang Opini Audit dan Audit *Judgement*.

Marlya Fatira AK, S.E., M.Si.



Penulis adalah dosen di Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah di Kampus Politeknik Negeri Medan, sejak tahun 2002-sekarang. Pendidikannya S1 nya lulus tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatera Utara, Pendidikan S2 nya lulus dari Program Pascasarjana Kajian Timur Tengah dan Islam (PSTTI) Universitas Indonesia tahun 2010 dengan bidang keahlian Ekonomi Keuangan Syariah dengan konsentrasi Perbankan Syariah. Perempuan kelahiran Langsa (Aceh Timur), 30 Oktober 1978 ini sejak tahun 2005 aktif mengajarkan mata kuliah kompetensi perbankan dan keuangan, seperti Pengantar Perbankan, Lembaga Keuangan Indonesia, Praktik Perbankan, dan Operasional Bank. Riwayat Jabatan yang dimilikinya adalah: Asesor Kompetensi Perbankan dan Keuangan di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-sekarang, Anggota Tim Penjaminan Mutu Politeknik Negeri Medan tahun 2010-2012, Kepala Program Studi Perbankan dan Keuangan Tahun 2012-2013, Ketua V Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Wilayah SUMUT Bidang pengkajian, Pelatihan dan Kaderisasi tahun 2012-2014, Sekretaris Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UPPM) Politeknik Negeri Medan tahun 2016-2018, Sekretaris Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Medan tahun 2018-2020, Bendahara II di Organisasi Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Wilayah SUMUT (2017-2022), Sekretaris Komisariat IAEI Politeknik Negeri Medan tahun 2017-2022. Narasumber dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Aktif menulis buku, artikel pada berbagai jurnal yang terakreditasi SINTA untuk bidang ekonomi, keuangan dan perbankan syariah. Aktif melakukan Conference baik nasional maupun internasional. Mulai menulis buku tahun 2013 tentang Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda, dan buku Ekonomi Syariah tahun 2020.

Dani Sugiri, S.E., S.S.T., M.Ak.



Penulis lahir di Kebumen Jawa Tengah. Penulis menyelesaikan Program Studi Diploma III Keuangan Spesialisasi Kebendaharaan Negara pada Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN) pada tahun 2005. Pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi diperoleh dari Universitas Satya Negara Indonesia pada tahun 2008. Penulis juga menempuh pendidikan Program Diploma IV Keuangan Spesialisasi Akuntansi Pemerintah pada STAN, jenjang pendidikan ini diselesaikan pada tahun 2010. Jenjang magister diselesaikan pada tahun 2016 dari Universitas Indonesia pada Program Magister Akuntansi Pemerintahan dengan beasiswa STAR-SDP dari BPKP. Penulis berkarier sebagai PNS di Kementerian Keuangan yaitu Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan (BPPK) sejak tahun 2006.

Penulis mengajar di STAN (sekarang Politeknik Keuangan Negara STAN) sejak tahun 2011 sebagai dosen tidak tetap. Sejak tahun 2019, penulis menjadi pengajar tetap pada PKN STAN. Mata kuliah yang diajar antara lain Hukum Keuangan Negara (HKN), Pengantar Pengelolaan Keuangan Negara (PPKN), Sistem Akuntansi Pelaporan dan Keuangan Pemerintah Pusat (SAPKPP), Akuntansi Pemerintah Pusat, Akuntansi Pemerintah Daerah, dan Pengelolaan Keuangan Daerah.

Dety Nurfadilah, MBA



Penulis adalah dosen di Sekolah Tinggi Manajemen IPMI dan peneliti di bidang keuangan dan perbankan syariah, manajemen keuangan, perilaku keuangan, bisnis dan kewirausahaan, *financial technology* dan keuangan corporate. Saat ini, Ia menjabat sebagai Kepala Bagian Penelitian di Sekolah Tinggi Manajemen IPMI. Ia menempuh pendidikan S1 di University Utara Malaysia dengan jurusan Perbankan dan Keuangan Syariah dan meneruskan pendidikan S2 di International Islamic University Malaysia dengan jurusan MBA Keuangan Perbankan Syariah. Saat ini, Ia telah menghasilkan dua buku yang berjudul lembaga

keuangan syariah: teori dan praktik di Indonesia dan *introduction to financial system analysis* serta menerbitkan lebih banyak karya yang di publikasikan pada jurnal ilmiah internasional dan nasional, serta juga *reviewer* pada *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* dan *International Journal of Ethics and Systems*. Ia juga aktif terlibat dalam beberapa organisasi seperti *Islamic Economic Forum for Indonesian Development* (ISEFID), Ikatan Ahli Ekonomi Syariah, dan Masyarakat Ekonomi Syariah.

Irwan Moridu, S.E., M.M



Penulis lahir pada tahun 1987 di Luwuk, Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Luwuk. Menamatkan Pendidikan Sarjana Pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Luwuk tahun 2012 dan Program Magister Universitas Muslim Indonesia Makassar pada tahun 2015. Penulis pernah 2 kali mendapatkan hibah dari penelitian dosen pemula yang didanai oleh Kemenristek Dikti yaitu tahun 2017 dan 2018, serta hibah Pengabdian Kepada Masyarakat pada tahun 2019.

Lucky Nugroho, S.E., M.M., MAk., MCM



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut: S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia; S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti; S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014; S2 *Advance Master Microfinance* lulus pada tahun 2015 dari *Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management*, Belgia; *Post-Graduate* dari *Erasmus University Rotterdam* pada tahun 2016 dengan konsentrasi *Sustainable Local Economics*

Development. Saat ini penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015. Selain itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009 s.d saat ini penulis juga masih aktif sebagai *Learning Consultant* di bank syariah yaitu pada Bank Mandiri Syariah (BSM). Selain itu penulis juga aktif sebagai pengurus pada bidang kerja sama Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta.

Soeharjoto, S.E., M.Si



Penulis lahir di Prabumulih pada tanggal 16 Januari 1970. Menyelesaikan Program Sarjana di Universitas Trisakti pada tahun 1994 dan Program Pasca di Universitas Gadjah Mada pada tahun 1997. Karier sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Trisakti sejak tahun 1994. Penulis saat ini sedang menyelesaikan program studi Doktor pada *Islamic Economics and Finance* pada Universitas

Trisakti.

Rudy Irwansyah, S.P., M.M.



Rudy Irwansyah adalah Alumni Magister Manajemen (MM), pada Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2008. Lulus Pendidikan Sarjana di Fakultas Pertanian (2004) dari Institut Pertanian Bogor (IPB), Jawa Barat. Memulai karier mengajar sejak duduk di bangku kuliah (S1) sebagai asisten dosen untuk beberapa mata kuliah. Sejak tahun 2005, bidang ritel pada jaringan ritel

supermarket nasional, juga menjadi bagian dari pengalaman karier baginya, tepatnya pada divisi Operasional dan *Marketing Communication* di Jakarta. Kini, sejak 2010 ia memulai menjadi staf pengajar (dosen) Fakultas Ekonomi STIE Muhammadiyah Asahan dan juga di STIM Sukma Medan, Sumatera Utara. Aktif di beberapa organisasi profesi, sebagai

media pertukaran informasi dan juga pengembangan jaringan kerja sama. Ia juga menerbitkan artikel ilmiah di jurnal ilmiah nasional & internasional, serta aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk implementasi dari Tridarma pendidikan tinggi. Disela kesibukannya kini ia juga menulis, buku yang telah diterbitkan oleh penerbit Widina adalah Manajemen Sumber daya Manusia, Pengantar Bisnis, Etika Bisnis, Manajemen Risiko, Promosi Pariwisata Daerah, Perilaku Organisasi dan Perilaku Konsumen.

Dewa Gede Satriawan, S.E., M.M.,M.H., C.H.C.S., C.T., C.A.



Penulis lahir di Kabupaten Tabanan, Bali, tanggal 7 Januari 1980. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Universitas Mahasaraswati Denpasar, S2 pada Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, S2 Ilmu Hukum pada Universitas Dwijendra Denpasar. Saat ini sedang menempuh studi S3 pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Memiliki pengalaman bekerja sebagai dosen pada Universitas Dwijendra Denpasar, saat ini sebagai *trainer* dan Asesor pada Lembaga Sertifikasi Profesi Pekerja Domestik Terampil Indonesia, serta ketua sekaligus sebagai manajer koperasi Parameswara Putra Sejahtera. Buku yang pernah ditulis antara lain : Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja, Keadilan Organisasi, Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan juga buku tentang Hukum Transaksi E-Commerce di Indonesia, Book Chapter Pengantar Bisnis Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran, dan Operasional, Book Chapter Manajemen Sumber Daya Manusia, Prinsip Dasar dan Aplikasi, Book Chapter Manajemen Perusahaan dan Bisnis, Prinsip Dasar, Teori dan Aplikasi, Buku Kolaboratif Pengantar Manajemen Organisasi Kontemporer, Teori, Perspektif dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Keuangan Perusahaan Prinsip Dasar, Teori dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Bisnis Kontemporer, Prinsip Dasar dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Pemasaran, Dinamika, Optimasi dan Aplikasi. Buku Kolaborasi Manajemen Sumber Daya Manusia, Sebuah Strategi, Perencanaan dan Pengembangan. Memiliki *Certified Human Capita Staff* dan *Certified*

Trainer dan Certified Asesor dari BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi).
Email dewasatriawan01@gmail.com.

Muyasaroh, S.E.Sy., M.E



Penulis adalah salah satu Pengajar di sekolah tinggi ilmu ekonomi. Al-khairiyah Citangkil. Sarjana lulusan fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Dengan kajian bidang ekonomi Syariah dan memegang gelar magister Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Sekarang sedang menekuni menulis buku-buku ekonomi islam dan LKI serta Manajemen.

Sri Maulida, S.E.Sy., M.E.I.



Penulis adalah dosen Jurusan IESP FEB ULM kelahiran tahun 1992 yang produktif dalam menghasilkan karya tulis dalam bidang Ekonomi dan Keuangan Islam. Penulis yang memiliki hobi mendaki gunung ini juga merupakan finalis Lomba Karya Ilmiah di Bidang Stabilitas Sistem Keuangan yang diselenggarakan Bank Indonesia pada tahun 2016 dan finalis Forum Riset dan Keuangan Syariah pada tahun 2017. Sri Maulida memperoleh pendidikan S1 Ekonomi Syariah dari Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta pada tahun 2010-2013. Ia meneruskan pendidikan di level master di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan mengambil Konsentrasi Ekonomi Islam dan berhasil lulus pada tahun 2016. Sejak aktif sebagai dosen Jurusan IESP dari tahun 2016, ia telah mengampu sejumlah mata kuliah, yaitu Ekonomi Islam, Ekonomi Mikro, Statistik Ekonomi, Matematika Ekonomi, Sejarah Pemikiran Ekonomi, Sistem Ekonomi, ESDM Dan Ketenagakerjaan, Manajemen Perbankan Dan Keuangan, Bank Dan Lembaga Keuangan Lain, dan Ekonomi Moneter. Selain itu, ia juga aktif dalam organisasi Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Kalimantan Selatan, Forum Dosen Ekonomi dan Bisnis Islam (FORDEBI) Kalimantan Selatan, dan Ikatan Sarjana Ekonomi

Indonesia (ISEI) Banjarmasin. Adapun buku yang pernah ditulis yaitu *Perilaku Konsumen dan Perbankan Syariah*.

David Syam Budi Bakroh, S.E., SST, MPP.



Penulis biasa dipanggil David, lahir di Purwokerto, 34 tahun yang lalu. Kesehariannya adalah mengajar sebagai dosen di Politeknik Keuangan Negara STAN (PKN STAN). Sebagai informasi, latar belakang pendidikannya adalah terkait Akuntansi (STAN), Finance (Universitas Mercubuana), dan *Public Policy (the University of Tokyo)*. Bicara mengenai riset, penelitiannya adalah seputar pengelolaan dana pensiun dan inisiasi kredit pendidikan di Indonesia. Bersama istrinya, mereka tinggal dan membesarkan ketiga anak-anaknya di Ciputat, Tangerang Selatan.

Dr [C.] Eko Sudarmanto, S.E., M.M., CRA. CRP.



Penulis lahir di Boyolali, 12 Maret 1970, anak kedua dari pasangan Dulkarim (alm.) dan Sunarti. Saat ini penulis sedang menyelesaikan pendidikan program doctoral di Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Quran (PTIQ) Jakarta, Program Studi Ilmu Alquran dan Tafsir. Pendidikan sebelumnya, Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT) Program Studi Magister Manajemen (2009-2012), Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Jakarta (1997-2000), Akademi Akuntansi Muhammadiyah (AAM) Jakarta (1992-1996), SMA Negeri Simo Boyolali (1985-1988), SMP Muhammadiyah VI Klego Boyolali (1982-1985), dan Madrasah Ibtidaiyah Islamiyah (MII) Jaten Klego Boyolali (1976-1982). Pelatihan dan ujian sertifikasi profesi yang pernah diikuti, yaitu *Certified Risk Associate (CRA)* dan *Certified Risk Professional (CRP)* masing-masing di tahun 2020. Aktivitas kegiatan penulis saat ini adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang [UMT] Indonesia. Sebelum aktif menjadi akademisi (Tahun 2015), penulis cukup lama malang melintang sebagai praktisi di dunia

perbankan (sejak 1991), dan dua tahun sebelumnya bekerja di PT JIPRI Rattan Industry – Tangerang. Penulis dapat dihubungi melalui alamat email: ekosudarmanto.umt@gmail.com.

Dr. Esther Kembauw, SP., M.Si



Penulis lahir di Ambon 17 Agustus 1973. Menyelesaikan pendidikan dasar hingga Menengah Umum di Kota Ambon, kemudian menyelesaikan studi S1 tahun 1999 pada Jurusan Budi daya Pertanian, Program Studi Sosial Ekonomi di Universitas Pattimura. Pada Tahun 2008 berhasil menyelesaikan studi S2 - Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan pada Universitas Hasanuddin dan pada tahun 2018 berhasil menyelesaikan studi S3 - Program Doktor Ilmu Pertanian Minat Ekonomi Pertanian di Universitas Brawijaya. Pada tahun 2003 mendapat Piagam Penghargaan Dalam Rangka Kerja sama Untuk Menunjang Program Pembangunan Lingkungan Hidup di Provinsi Maluku oleh Gubernur Maluku. Dan tahun 2004 juga mendapatkan Piagam Penghargaan Sebagai Kader Lingkungan dari Kementerian Lingkungan Hidup. Kemudian pada tahun 2017 mendapat Penghargaan sebagai Pemenang Inovasi 109 Indonesia yang diberikan dari BIC (*Business Innovation Center*). Saat ini merupakan salah satu staf pengajar pada Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian di Universitas Pattimura Ambon. Kemudian menjadi Ketua Pusat Pengembangan dan Inovasi Universitas Pattimura dari tahun 2018 – sekarang.

Muhammad Hafizh, S.E., M.E



Penulis lahir di Medan Helvetia, Sumatera utara tanggal 10 Mei 1994. Kegiatan mengajar dimulai sejak setelah lulus S2, Sekarang Bekerja sebagai tenaga Dosen di beberapa kampus perguruan tinggi di antaranya Dosen FEBI UIN Sumatera utara, di MBS FAI UMSU dan Perbankan syariah STAI JM langkat. Penulis Memperoleh gelar Sarjana S-1 Ekonomi Islam

konsentrasi perbankan syariah di UIN Sumatera utara, Medan tahun 2016. Lalu mengambil program *short course English* di kampung Inggris Pare Kediri Jawa Timur. Kemudian melanjutkan studi magister dan Tahun 2019 awal menyelesaikan program Magister (S-2) Jurusan *Islamic banking finance* di UIN syarif hidayatullah Jakarta dengan predikat lulusan terbaik. Di samping memulai berwirausaha, Untuk menunjang profesinya penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan seminar *conference* dan workshop baik bersifat nasional maupun internasional. Penulis banyak mengukir prestasi baik akademik maupun organisasi dari dahulu sampai sekarang Aktif dan konsisten di berbagai bidang kegiatan ekonomi Syariah di antaranya presidium UIE (Universal Islamic Economic), Sekjend FoSSEI SUMBAGUT, Divisi kelembagaan dan keuangan FoSSEI Nasional, KA FoSSEI (Korps alumni forum silaturahmi studi ekonomi islam), MES (Masyarakat Ekonomi Syariah), IAEI (Ikatan ahli Ekonomi Islam), IKAFEBI, mahasantri DSN MUI dan kajian ISPE INDEF. Adapun Pengalaman penulis di bidang keuangan yaitu pernah menjadi staff konsultan keuangan pada salah satu Lembaga konsultan keuangan di Jakarta selatan dan menjadi Anggota di Lembaga PKPU. Dengan kesibukan yang ada, beliau juga aktif sebagai pembicara tamu mengisi kajian, penyuluhan, seminar, talkshow dan acara sejenisnya terkait dengan ekonomi islam dan perbankan syariah untuk masyarakat dan mahasiswa. Sebagai penulis, ia juga aktif dalam penelitian dan beberapa karya ilmiah penulis di antaranya telah menulis beberapa buku, jurnal dan diktat sebagai bahan ajar kepada mahasiswa Serta terus aktif dalam mengirimkan tulisan di media masa.

Suharyati, S.E., M.M



Penulis adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta, dengan jabatan akademik Lektor. Memiliki Sertifikasi Tenaga Pendidik, Sertifikasi Manajemen Risiko Bank, Sertifikasi General Banking dan sebagai Asesor Uji Kompetensi bidang Perbankan dan Pemasaran. Mengampu mata kuliah sejak tahun 1995: Manajemen Pemasaran, Manajemen Pemasaran Bank, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Manajemen, Manajemen Strategik, *E-Marketing*, Manajemen Ritel.

Jabatan sebagai Dosen dengan tugas tambahan: Tahun 1987-2001 sebagai Kepala Pengawasan Anggaran (Wasgar) UPN Veteran Jakarta. Tahun 2012 – 2016 sebagai Kepala Program Studi Diploma Tiga Keuangan dan Perbankan FEB UPN Veteran Jakarta. Tahun 2016-2020 sebagai Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan, sampai bulan Juni 2020.

GLOSARIUM

A

B

Bank: lembaga intermediasi keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana di masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.

Bunga Bank: biaya yang dibayarkan saat membayar jasa atas peminjaman uang yang diberikan oleh bank dalam periode tertentu

Banknote: istilah yang digunakan secara sinonim dengan uang kertas atau mata uang yang dapat dikeluarkan oleh bank.

Bank Card: "kartu plastik" yang dikeluarkan oleh bank yang diberikan kepada nasabahnya untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di tempat-tempat tertentu.

Bank Garansi: jaminan pembayaran yang diberikan oleh bank kepada suatu pihak, baik perorangan, perusahaan atau badan/lembaga lainnya dalam bentuk surat jaminan.

C

Call Money: instrumen pasar uang berupa peminjaman dana yang terjadi antarbank dalam jangka waktu yang sangat pendek.

D

Deposito: simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.

E

F

Failure to settle: mekanisme yang mewajibkan peserta sistem kliring untuk menyediakan dana awal untuk mengantisipasi kewajiban yang muncul di akhir hari.

G

Giro: simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

H

Hutang Bank: hutang yang timbul sebagai akibat pinjaman yang diberikan oleh bank kepada perusahaan (Bank Loan) yang diperoleh berdasarkan permohonan perusahaan yang bersangkutan

I

Inflation targeting framework: kerangka kerja kebijakan moneter yang secara transparan dan konsisten diarahkan untuk mencapai sasaran inflasi beberapa tahun ke depan yang secara eksplisit ditetapkan dan diumumkan.

Inkaso: jasa bank untuk menagihkan warkat-warkat yang berasal dari luar kota atau luar negeri.

J

Jasa bank: semua aktivitas bank, baik yang secara langsung, maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank.

K

Kliring: jasa penyelesaian utang piutang antarbank dengan cara saling menyerahkan warkat-warkat yang akan diklirinkan di lembaga kliring.

Kredit: penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

L

Lender of The Last Resort (LoLR): bentuk pinjaman yang diberikan bank sentral kepada bank yang sedang mengalami kesulitan likuiditas yang dapat menyebabkan krisis keuangan sistemik di dunia perbankan.

LOC atau letter of credit: cara pembayaran internasional yang menjadikan memungkinkan seorang eksportir menerima pembayaran langsung tanpa menunggu berita dari luar negeri. Pembayaran tersebut akan diterima setelah barang dan berkas dokumen dikirimkan ke luar negeri atau kepada pemesan.

Letter of credit (L/C): salah satu jasa bank yang diberikan kepada masyarakat untuk memperlancar arus barang (ekspor-impor) termasuk barang dalam negeri (antarpulau).

M

Moral hazard: perilaku pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholder) misalnya pihak bank (pemegang saham dan manajemen) atau debitur perbankan yang menciptakan insentif untuk memiliki agenda dan tindakan tersembunyi yang berlawanan dengan etika bisnis dan hukum yang berlaku untuk keuntungan dirinya.

N

Nasabah: seorang atau badan usaha maupun lembaga yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman.

O

P

Pemasaran bank: suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

R

Risiko finansial: risiko terkait dengan kerugian langsung berupa hilangnya sejumlah uang sebagai dampak dari risiko yang terjadi.

Risiko hukum: risiko akibat tuntutan hukum dan/atau kelemahan aspek yuridis.

Risiko kepatuhan: risiko akibat bank tidak mematuhi dan/atau tidak melaksanakan peraturan perundang-undangan dan ketentuan.

Risiko kredit: risiko akibat kegagalan pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada bank, termasuk risiko Kredit akibat kegagalan debitur, risiko konsentrasi kredit, counterparty credit risk, dan settlement risk.

Risiko likuiditas: risiko akibat ketidakmampuan bank untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan/atau dari aset likuid berkualitas tinggi yang dapat diagunkan, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan bank.

Risiko non-finansial: risiko terkait adanya kerugian yang tidak bisa dikalkulasikan secara jelas nilai uang yang hilang.

Risiko operasional: risiko akibat ketidakcukupan dan/atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, dan/atau adanya kejadian-kejadian eksternal yang mempengaruhi operasional bank.

Risiko pasar: risiko pada posisi neraca dan rekening administratif, termasuk transaksi derivatif, akibat perubahan secara keseluruhan dari kondisi pasar, termasuk risiko perubahan harga option.

Risiko reputasi: risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank.

Risiko stratejik: risiko akibat ketidaktepatan dalam pengambilan dan/atau pelaksanaan suatu keputusan stratejik serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.

Siklus hidup produk: suatu konsep penting yang memberikan pemahaman tentang dinamika kompetitif suatu produk.

Safe Deposit Box (SDB): jasa-jasa bank yang diberikan kepada para nasabahnya.

Sistem RTGS (Real Time Gross Settlement): sistem transfer dana elektronik yang penyelesaian setiap transaksinya dilakukan dalam waktu seketika

T

Tabungan: simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya.

Transfer: jasa pengiriman uang lewat bank baik dalam kota, luar kota atau keluar negeri.

Travellers Cheque: dikenal dengan nama cek wisata atau cek perjalanan yang biasanya digunakan oleh mereka yang hendak bepergian atau sering dibawa oleh turis.

U

V

W

X

Y

Z

MANAJEMEN *Perbankan*

Bank Indonesia merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam perekonomian terutama dibidang moneter, keuangan, dan perbankan, dengan tujuan sosial ekonomi tertentu yang menyangkut kepentingan nasional atau kesejahteraan umum, seperti stabilitas harga dan perkembangan ekonomi, dan disisi lain dalam suatu sistem perbankan, ketiadaan koordinator dan regulator yang tidak berpihak akan mengakibatkan bank-bank tidak dapat melaksanakan operasinya secara efisien.

Dalam upaya mendukung, peningkatan dan kesinambungan pelaksanaan pembangunan lembaga perbankan telah menunjukkan perkembangan yang pesat, seiring dengan kemajuan pembangunan di Indonesia dan perkembangan perekonomian internasional serta sejalan dengan peningkatan tuntutan kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan yang semakin beragam dan canggih.

Buku ini menjelaskan tentang fungsi dan peranan bi dan bank umum kemudian produk perbankan, sumber modal bank, manajemen aktiva dan pasiva, manajemen likuiditas bank, manajemen kredit, analisa penyaluran kredit, manajemen pemasaran bank selanjutnya manajemen jasa bank, merger bank, manajemen bank syariah bab, perbankan internasional, manajemen risiko bank dan laporan dan analisa laporan keuangan serta infrastruktur industri perbankan di indonesia dan terakhir pemasaran digital bank.

Mengingat begitu pentingnya rahasia-rahasia yang terkandung dalam buku ini, akan dapat berdampak positif pada perkembangan keilmuan khususnya di bidang perbankan, maka sudah sepantasnya para pembaca menggali rahasia-rahasia yang ada pada buku ini. Harapannya semoga buku ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak terlebih bagi para pembaca yang budiman.