



Implementasi Strategi Bauran Promosi Agen BSI Smart Sebagai Program Laku Pandai (Studi Kasus Agen BSI Smart di Kec. Wampu)

¹ Eka Herawati, ² Khairani Sakdiah, ³ Ahmad Zaki

^{1, 2, 3} STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: herawatieka956@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of BSI Smart agents in increasing financial inclusion through the Laku Pandai program in Wampu District, Langkat Regency. This research uses a case study approach with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The results showed that (1) BSI Smart agents have a significant impact on financial inclusion and digital literacy of the community by providing banking access that was previously difficult to reach. (2) An effective promotion mix strategy through personal communication, education, social media utilization, and incentives succeeded in attracting public attention and increasing the adoption of digital banking services. (3) The main obstacles in the implementation of digital services are the instability of technological infrastructure and low public confidence in the security of digital transactions. This study recommends infrastructure improvements and increased digital literacy to ensure the success of the program.

Keywords: *financial inclusion, promotion mix, infrastructure barriers*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran agen BSI Smart dalam meningkatkan inklusi keuangan melalui program Laku Pandai di Kecamatan Wampu, Kabupaten Langkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan do

kumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Agen BSI Smart memberikan dampak signifikan terhadap inklusi keuangan dan literasi digital masyarakat dengan menyediakan akses perbankan yang sebelumnya sulit dijangkau. (2) Strategi bauran promosi yang efektif melalui komunikasi personal, edukasi, pemanfaatan media sosial, dan insentif berhasil menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan adopsi layanan perbankan digital. (3) Hambatan utama dalam penerapan layanan digital adalah ketidakstabilan infrastruktur teknologi dan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Penelitian ini merekomendasikan perbaikan infrastruktur dan peningkatan literasi digital untuk memastikan keberhasilan program.

PENDAHULUAN

Perbankan di negara Indonesia yang telah masuk era digitalisasi, pada masa ini jasa perbankan diterima dan berkembang pesat mengikuti keinginan masyarakat Indonesia yang semakin beragam dengan keinginan akan bentuk layanan perbankan yang mudah, cepat, aman dan dapat dijangkau dimanapun. Perkembangan di dunia perbankan juga pasti diiringi dengan persaingan berbagai bank lainya. Masalah bukan hanya tentang persaingan saja, tetapi semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan terutama daerah pelosok yang sulit terjangkau layanan keuangan formal juga menjadi fokus bagi pemerintah (Rizaldi, 2024).

Pada tahun 2021 survei menunjukkan 83,6% orang yang masuk usia dewasa mulai menggunakan produk dan jasa lembaga perbankan dan lembaga formal lainya. Angka tersebut terbilang menunjukkan kenaikan dibandingkan tahun 2019 yang menunjukkan 76,2% orang dewasa hanya menggunakan produk dan jasa. Kenaikan angka inklusi keuangan pada tahun 2021 ditunjukkan dari survei yang dilakukan oleh Sekretariat Dewan Nasional Keuangan Inklusif (S-DNKI) tentang keuangan inklusif Indonesia juga menunjukkan kepemilikan akun perbankan lebih umum dimiliki oleh orang-orang yang tinggal di wilayah perkotaan dibanding wilayah pedesaan. Tetapi, dilihat dari kepemilikan akun yang umum di wilayah kota, wilayah pedesaan memiliki pertumbuhan kepemilikan akun baru yang lebih cepat (Rahmawati 2024).

Terjadinya kenaikan keuangan inklusif di masyarakat tidak lepas dari salah satu peran penting dari perbankan yang memegang kendali akan tersedianya layanan kepada masyarakat secara merata. Dengan adanya survei yang dilakukan oleh S-DNKI menunjukkan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat desa terhadap layanan keuangan formal, terutama di daerah pelosok yang sulit terjangkau layanan keuangan formal, hal ini menjadi fokus yang harus dikedepankan oleh pemerintah mengingat masih banyaknya masyarakat yang belum mengenal, menggunakan dan mendapatkan layanan perbankan atau layanan keuangan.

Pemerintah yang gencar dalam pelaksanaan nasional guna tercapainya keuangan inklusif pada masyarakat dengan berbagai kecanggihan teknologi perbankan di Indonesia meluncurkan program bernama Laku Pandai. Laku Pandai merupakan layanan keuangan tanpa kantor yang dibuat dalam rangka pemenuhan keuangan inklusif bagi masyarakat terpencil. Program Laku Pandai merupakan program dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dikeluarkan sejak tahun 2014 hingga saat ini. Berdasarkan pasal 16 POJK nomor 19/POJK.03/2014 tentang Laku Pandai dijelaskan bahwa yang dilakukan pihak bank penyelenggara adalah bekerja sama dengan nasabah sebagai pihak ketiga yang berperan sebagai agen atau tangan kanan bank untuk menyediakan layanan keuangan perbankan dan keuangan lainya kepada masyarakat yang belum tersentuh atau jarang terjangkau oleh jaringan kantor bank (Deny Yudiantoro, 2021). Pada penerapannya pihak nasabah tidak diharuskan untuk datang ke kantor bank untuk bertransaksi, melainkan hanya cukup datang kepada agen yang bekerja sama dengan bank yang bersangkutan di wilayah mereka untuk mendapatkan layanan perbankan dan layanan keuangan lainya.

Laku Pandai merupakan kegiatan penyediaan layanan perbankan dan layanan keuangan lainya tanpa tersedianya jaringan kantor, namun dalam pelayanannya bank bekerjasama dengan pihak lain dengan penggunaan teknologi informasi terkini (Jaya,

2017). Pada implementasi program layanan ini pemerintah memiliki tujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat tentang sektor keuangan formal dengan mengandalkan agen sebagai pelaku pelayanan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

Terkait adanya program Laku Pandai, *BSI Smart* hadir di tengah masyarakat dengan berbagai kemudahannya. *BSI Smart* agent merupakan sebuah layanan laku pandai atau disebut juga layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dengan didukung sarana teknologi informasi (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) bekerja sama dengan para nasabah yang ingin menjadi agen *BSI Smart* untuk membantu masyarakat yang ingin bertransaksi melalui perbankan. Agen *BSI Smart* ini tidak terikat dengan tempat dan waktu. Agen *BSI Smart* adalah kepanjangan tangan dari pihak BSI untuk menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya. Jadi, jika masyarakat dalam keadaan terdesak ingin melakukan transaksi keuangan seperti transfer uang, maka dapat langsung mendatangi agen *BSI Smart* terdekat.

BSI Smart menjadi wujud komitmen Bank Syariah Indonesia untuk terus memberikan layanan optimal bagi seluruh masyarakat. Sejak diberlakukannya Qanun Aceh, maka agen *BSI Smart* beralih menjadi agen *BSI Smart*. Sejak Agustus 2021 lalu, peralihan seluruh agen *BSI Smart* menjadi agen *BSI Smart* telah mencapai 80% atau sekitar 4.700 agen *BSI Smart* yang tersebar diseluruh wilayah Aceh (Bank Syariah Indonesia, 2021).

BSI Smart dapat diakses melalui berbagai perangkat melalui *Smartphone*, PC/laptop dan mesin EDC untuk melayani fitur yang beragam. Diantaranya untuk pembukaan rekening, setoran tunai, tarik tunai, pembayaran maupun pembelian serta turut mendukung program pemerintah dalam penyaluran bantuan sosial (Bank Syariah Indonesia, 2021). *BSI Smart* banyak digunakan untuk transaksi *e- commerc* dari dalam kegiatan transfer dana antar bank.

Kontribusi *BSI Smart* dalam *fee based income* juga mengalami peningkatan mencapai 1,34 triliun rupiah di tahun 2021, dari tahun sebelumnya 1,16 triliun rupiah dengan presentase tumbuh 15,80 %. Selain itu, Agen *BSI Smart* juga meningkatkan perolehan dana murah (CASA) menjadi 19,38 triliun rupiah atau naik 46,02 % dibanding tahun 2020 sebesar 13,27 triliun rupiah. Seluruh pencapaian tersebut tidak lepas dari berbagai peran Agen *BSI Smart* sebagai pelaku pelayanan transaksi ekonomi kepada masyarakat di seluruh Indonesia pada masa pandemi, serta adanya kebijakan perbaikan manajemen agen dan struktur insentif oleh pihak BSI selama tahun 2021.

Peran agen sebagai pemasar produk *BSI Smart* merupakan salah satu komponen utama yang menjadi alasan mengapa jumlah transaksi di agen mengalami kenaikan yang signifikan. Strategi promosi terutama bauran promosi yang dilakukan oleh Agen *BSI Smart* kepada masyarakat pelosok tentang pengenalan produk yang disediakan dalam program *BSI Smart* berupa produk perbankan dan produk keuangan lainnya dapat diterima masyarakat dengan baik. Strategi bauran promosi sendiri merupakan aktifitas pengenalan terhadap keunggulan dan manfaat suatu produk kepada masyarakat untuk menarik minat melakukan pembelian produk tersebut. Dalam membangun dan mempertahankan hubungan antara penjual dan pembeli atas produk yang ditawarkan

memerlukan komunikasi yang baik guna hubungan jangka panjang yang menguntungkan (Pujiyono, 2016).

Peneliti memilih Agen BSI *Smart* karena berdasarkan pengamatan awal dari peneliti, jumlah *outlet* BSI *Smart* di Kabupaten Langkat terus bertambah sejak beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020 *outlet* BSI *Smart* di Kabupaten Langkat ada tiga *outlet*. Kemudian pada tahun 2021 *outlet* BSI *Smart* di Kabupaten Langkat berjumlah 5 *outlet*. Pada tahun 2022 terdapat 6 *outlet* BSI *Smart* di Kabupaten Langkat. Pada Agustus tahun 2023 *outlet* BSI *Smart* di Kabupaten Langkat berjumlah 8 *outlet*. Data ini diperoleh oleh peneliti dengan melakukan observasi langsung ke lapangan.

Adanya kenaikan jumlah *outlet* tersebut menandakan bahwa BSI *Smart* sangat diminati oleh masyarakat sekitar.. Namun tidak semua *outlet* setiap hari nya memiliki jumlah nasabah yang sama. Hal ini dapat di pengaruhi oleh pelayanan yang diberikan pihak agen BSI *Smart* itu sendiri, suasana tempat, lokasi dan biaya administrasi yang ditetapkan agen BSI *Smart* kepada nasabah dalam bertransaksi.

Peneliti memilih Agen BSI *Smart* di Kec. Wampu karena pada dasarnya program BSI *Smart* diperuntukan untuk daerah pelosok atau yang bisa dibilang jauh dari pelayanan kantor bank. Kehadiran Agen BSI *Smart* di tengah masyarakat dan promosi yang dilakukan oleh mereka menjadi salah satu bentuk terobosan atas kemudahan transaksi keuangan untuk masyarakat *bankable* dan *unbankable* untuk lebih mengenal atau bahkan menjadi pelaku transaksi baik perbankan maupun keuangan lainnya. Di Bank BSI Kabupaten Langkat, terdapat 8 Agen BSI *Smart* yang beroperasi di tengah masyarakat, yang diharapkan dengan adanya beberapa agen tersebut menjadi media pengenalan dan memudahkan masyarakat untuk mulai mengenal dan melakukan transaksi perbankan dan transaksi keuangan lainnya menjadi lebih mudah.

Berdasarkan paparan diatas, kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan melalui Agen BSI *Smart* dapat meningkatkan akses layanan perbankan ke seluruh lapisan masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau layanan kantor bank menjadi mudah dan bahkan banyak yang mulai mengenal tentang produk dan pelayanan yang dapat dilakukan oleh perbankan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti Agen BSI *Smart* yang menjadi mitra BSI di wilayah Kabupaten Langkat untuk mengetahui strategi bauran promosi agen dalam mengenalkan layanan kepada nasabah dan masyarakat serta untuk mengetahui hambatan yang dialami dalam pelaksanaan strategi bauran promosi Agen BSI *Smart* di Kec. Wampu. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menetapkan judul “Implementasi Strategi Bauran Promosi Agen BSI *Smart* Sebagai Program Laku Pandai (Studi Kasus Agen BSI *Smart* di Kec. Wampu)”.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan yaitu menggunakan pendekatan studi kasus. Jenis pendekatan ini merupakan pendekatan dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian atau aktifitas serta proses terhadap manusia baik individu maupun kelompok. Tempat penelitian menunjukan dimana penelitian hendak dilaksanakan. Tempat melakukan penelitian di Agen BSI wilayah Kabupaten Langkat.

Adapun waktu penelitian direncanakan selama 5 bulan mulai dari bulan Juni 2024 sampai dengan Oktober 2024. Informan dalam penelitian ialah orang yang memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti dan berperan sebagai sumber data terkait kondisi latar belakang penelitian. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik snowball dimana peneliti mengambil sumber data yang pada awalnya dalam jumlah kecil menjadi besar dikarenakan sumber data yang sedikit belum

memberikan kecukupan data yang diperlukan peneliti. Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu agen BSI Smart di Wilayah Kabupaten Langkat yang dapat dijangkau terdiri dari 4 Agen BSI Smart.

Data primer yaitu data yang diambil atau dihimpun langsung oleh peneliti. Diperoleh oleh peneliti melalui observasi dan wawancara dengan agen BSI Smart di wilayah Kec. Wampu agar mendapatkan data yang lebih relevan dan akurat. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti saat ini, teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Data penelitian dianalisis dan dicek keabsahan data untuk dilakukan pengambilan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

1. Kegiatan Agen BSI Smart Sebagai Program Laku Pandai di Kecamatan Wampu

Kegiatan Agen BSI Smart sebagai bagian dari program *Laku Pandai* di Kecamatan Wampu menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Program ini bertujuan untuk memberikan layanan perbankan di wilayah yang belum terjangkau kantor cabang bank, sekaligus mendukung literasi dan inklusi keuangan di masyarakat. Berdasarkan wawancara dengan lima agen BSI Smart di Kecamatan Wampu, program ini dinilai memberikan dampak positif bagi masyarakat, meskipun terdapat sejumlah tantangan dalam pelaksanaannya.

Bapak Muhammad Yunus, salah satu agen BSI Smart di Kec. Wampu, menjelaskan bahwa perannya sebagai agen meliputi membuka rekening, melakukan setoran dan penarikan tunai, hingga melayani pembayaran tagihan. Kami menjadi perpanjangan tangan bank di daerah yang jauh dari kantor cabang. Masyarakat tidak perlu pergi jauh untuk mengakses layanan keuangan, layanan ini sangat membantu masyarakat, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan transportasi (Yunus, 2024).

Sedangkan Bapak Indra Ismail, agen BSI Smart lainnya, menambahkan bahwa program ini memperkenalkan masyarakat pada kebiasaan menabung. Banyak warga di sini yang sebelumnya tidak memiliki rekening bank, sehingga uang mereka sering kali tidak teratur penggunaannya. Dengan program ini, mereka jadi lebih mudah menabung, mengelola uang, dan bahkan belajar merencanakan kebutuhan jangka panjang, seperti pendidikan anak atau usaha kecil-kecilan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa program Laku Pandai juga memberikan edukasi keuangan kepada masyarakat agar lebih melek terhadap pengelolaan keuangan secara digital. Namun, tantangan utama yang dirasakan oleh agen adalah keterbatasan infrastruktur teknologi di wilayah tersebut. Ibu Ririn Kaila, agen BSI Smart yang sudah menjalankan program ini selama dua tahun, mengungkapkan bahwa kendala jaringan internet sering menjadi hambatan.

Ada saatnya jaringan tidak stabil, terutama pada jam-jam sibuk atau saat cuaca buruk, sehingga transaksi tidak bisa dilakukan dengan lancar. Hal ini menjadi keluhan yang cukup sering kami terima dari masyarakat, terutama mereka yang membutuhkan layanan dengan segera, seperti transfer dana atau pembayaran tagihan (Kaila, 2024).

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa kendala jaringan internet tidak hanya menghambat kelancaran operasional, tetapi juga dapat memengaruhi tingkat

kepercayaan masyarakat terhadap layanan. Bapak Joko Tridono, yang juga agen BSI Smart, menekankan pentingnya pelatihan bagi agen agar dapat menjalankan layanan dengan baik dan profesional. Menurutnya, pelatihan yang diberikan oleh pihak BSI sebelum para agen mulai bertugas sangat bermanfaat untuk membekali mereka dengan pemahaman yang mendalam mengenai sistem kerja dan cara menangani berbagai kendala teknis yang mungkin muncul.

Kami diberi pelatihan intensif oleh pihak BSI sebelum menjadi agen. Dalam pelatihan tersebut, kami diajarkan bagaimana menggunakan sistem secara efisien, memahami fitur-fitur layanan, dan juga cara memberikan pelayanan yang ramah kepada masyarakat. Pelatihan ini sangat membantu kami tidak hanya dalam memahami sistem kerja, tetapi juga dalam mengatasi masalah-masalah teknis, seperti kendala jaringan atau kesalahan dalam proses transaksi (Tridono, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara di atas dijelaskan bahwa Pelatihan kepada agen BSI Smart menjadi landasan penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap program BSI Smart. Selain itu, ia mengapresiasi adanya dukungan dari bank yang selalu memberikan solusi ketika agen menghadapi masalah di lapangan. Ikhsan Suhendra, agen lainnya, menyebutkan bahwa selain sebagai perpanjangan layanan bank, agen BSI Smart juga berperan sebagai edukator. Kami tidak hanya melayani transaksi seperti setoran, penarikan, atau pembayaran tagihan, tetapi juga berusaha mendidik masyarakat agar lebih sadar terhadap pentingnya literasi keuangan. Hal ini meliputi cara menyisihkan uang untuk tabungan, mengelola pengeluaran, hingga menghindari risiko pinjaman yang tidak terkendali (Suhendra, 2024).

Dalam beberapa kesempatan, ia bahkan melakukan sosialisasi kepada kelompok masyarakat seperti UMKM dan petani, memberikan edukasi tentang bagaimana manfaat menabung di bank dapat mendukung pengelolaan usaha mereka dengan lebih baik. Selain manfaat langsung, program ini juga memberikan dampak ekonomi kepada para agen. Bapak Muhammad Yunus mengungkapkan bahwa menjadi agen BSI Smart memberikan penghasilan tambahan. Kami mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang dilakukan melalui kami, seperti setoran, penarikan, atau pembayaran tagihan. Komisi ini menjadi tambahan pendapatan yang cukup membantu, terutama di tengah kebutuhan ekonomi yang terus meningkat (Yunus, 2024).

Hal serupa juga dirasakan oleh Bapak Indra Ismail, yang menyebutkan bahwa pendapatan dari program ini cukup stabil meskipun volume transaksi bervariasi setiap bulan. Ada bulan-bulan tertentu di mana transaksi lebih banyak, seperti menjelang Lebaran atau tahun ajaran baru, tetapi secara umum penghasilannya tetap terasa manfaatnya (Ismail, 2024)

Berdasarkan wawancara di atas, kedua agen ini sepakat bahwa selain membantu masyarakat mengakses layanan perbankan, program ini juga memberikan peluang ekonomi yang mendukung kesejahteraan mereka sebagai agen. Namun, para agen juga menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini. Ibu Ririn Kaila menjelaskan bahwa pada awalnya, masyarakat cenderung ragu menggunakan layanan agen. Mereka khawatir uang mereka tidak aman atau transaksi tidak berjalan lancar. Hal ini sering kali muncul karena sebagian besar masyarakat belum terbiasa dengan layanan digital perbankan dan lebih mengandalkan cara-cara konvensional (Kaila, 2024).

Keberadaan agen BSI Smart juga berdampak pada peningkatan akses UMKM terhadap layanan keuangan. Bapak Joko Tridono mengungkapkan bahwa banyak pelaku usaha kecil yang memanfaatkan layanan ini untuk menyimpan hasil penjualan mereka. Dengan adanya agen di dekat mereka, para pelaku UMKM jadi lebih mudah menyetor uang tanpa harus pergi ke kota atau menghabiskan waktu dan biaya untuk mencapai kantor cabang bank (Tridono, 2024)

Selain itu, Bapak Ikhsan Suhendra menambahkan bahwa layanan agen juga mendukung kebutuhan pendidikan keuangan bagi masyarakat. Banyak masyarakat di sini yang sebelumnya tidak mengenal layanan digital, seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan secara online, atau penggunaan aplikasi mobile banking. Dengan adanya agen, kami tidak hanya membantu mereka melakukan transaksi, tetapi juga mengedukasi mereka tentang cara menggunakan layanan ini (Suhendra, 2024).

Sebagian besar masyarakat awalnya merasa bingung dan ragu menggunakan teknologi baru, namun dengan pendekatan yang sabar dan bertahap, mereka mulai memahami manfaatnya. Ikhsan juga menyoroti bahwa peningkatan literasi digital merupakan hal yang sangat penting agar masyarakat dapat memanfaatkan layanan ini secara optimal dan mandiri. Jika masyarakat semakin memahami dan terbiasa menggunakan layanan digital, mereka tidak hanya akan lebih efisien dalam mengelola keuangan, tetapi juga mampu memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital.

Hasil wawancara mendukung temuan observasi bahwa tantangan utama agen BSI Smart adalah membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini, terutama karena banyak yang belum terbiasa dengan teknologi digital dan masih bergantung pada metode konvensional. Namun, keberadaan agen terbukti memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan akses UMKM terhadap layanan keuangan, memungkinkan pelaku usaha kecil untuk menyetor hasil penjualan tanpa perlu menghabiskan waktu dan biaya ke kantor cabang.

Para agen juga berperan dalam memperkenalkan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat. Bapak Muhammad Yunus menjelaskan bahwa banyak masyarakat yang awalnya tidak mengenal konsep perbankan syariah. Kami memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang berbagai produk perbankan syariah, seperti tabungan wadiah yang berbasis titipan atau tabungan mudharabah yang berbasis bagi hasil. Dengan penjelasan ini, mereka bisa memahami perbedaan mendasar antara perbankan syariah dan konvensional (Yunus, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, diketahui bahwa para agen BSI Smart di Kecamatan Wampu sepakat program Laku Pandai memberikan manfaat besar bagi masyarakat. Bapak Joko Tridono menyatakan bahwa program ini tidak hanya memudahkan akses keuangan, tetapi juga membuka peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Dengan adanya layanan ini, masyarakat jadi lebih mudah mengakses berbagai kebutuhan keuangan, seperti menabung, membayar tagihan dan transfer. Hal ini secara tidak langsung membantu mereka meningkatkan kualitas hidup, terutama di daerah yang sebelumnya minim akses perbankan (Tridono, 2024)

Program ini memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan inklusi keuangan. Melalui program BSI Smart, literasi dan inklusi keuangan di Kecamatan Wampu semakin meningkat. Peran

agen tidak hanya sebagai penyedia layanan perbankan, tetapi juga sebagai edukator yang membantu masyarakat memahami pentingnya pengelolaan keuangan. Meskipun masih ada tantangan, komitmen para agen untuk terus melayani dan mendukung masyarakat menjadi kunci keberhasilan program ini.

2. Implementasi Strategi Bauran Promosi Agen BSI *Smart* sebagai program Laku Pandai di Kecamatan Wampu

Implementasi strategi bauran promosi Agen BSI Smart dalam program *Laku Pandai* di Kecamatan Wampu merupakan salah satu langkah untuk memperluas inklusi keuangan di masyarakat pedesaan. Program ini dirancang untuk memberikan akses perbankan melalui agen-agen yang tersebar di wilayah yang jauh dari kantor cabang bank. Berdasarkan wawancara dengan lima agen BSI Smart di Kecamatan Wampu, diketahui bahwa bauran promosi yang diterapkan melibatkan berbagai pendekatan, mulai dari komunikasi langsung hingga pemanfaatan media sosial.

Bapak Muhammad Yunus, salah satu agen BSI Smart, menjelaskan bahwa promosi dilakukan secara langsung melalui komunikasi personal dengan masyarakat. Kami sering menjelaskan program ini kepada pelanggan yang datang ke tempat usaha kami. Setiap kali ada pelanggan yang datang, kami tidak hanya menawarkan produk atau layanan yang tersedia, tetapi juga berusaha memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai program-program terbaru (Yunus, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, strategi komunikasi efektif karena masyarakat pedesaan lebih nyaman menerima informasi dari orang yang mereka kenal. Bapak Indra Ismail, agen lainnya, menambahkan bahwa pemberian layanan berkualitas juga menjadi bagian dari strategi promosi. Ketika masyarakat merasakan manfaat nyata dari layanan yang kami tawarkan, mereka tidak hanya akan merasa puas, tetapi mereka juga akan dengan senang hati merekomendasikan layanan kami kepada orang lain (Ismail, 2024).

Promosi seperti ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat reputasi layanan yang sudah ada. Oleh karena itu, pelayanan yang memuaskan menjadi kunci utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mendukung pertumbuhan usaha mereka. Ibu Ririn Kaila mengungkapkan bahwa salah satu tantangan dalam promosi adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep perbankan digital. Untuk mengatasi hal ini, ia sering memberikan edukasi kepada pelanggan. Kami menjelaskan cara menggunakan layanan digital seperti transfer dan pembayaran online. Ini adalah bagian dari strategi promosi kami, agar masyarakat merasa lebih nyaman menggunakan layanan ini (Kaila, 2024).

Bapak Joko Tridono menambahkan bahwa pemanfaatan media sosial juga menjadi bagian dari strategi promosi. Kami menggunakan platform seperti WhatsApp dan Facebook untuk menyebarkan informasi tentang layanan kami. Meskipun tidak semua masyarakat di sini menggunakan media sosial, tetapi cara ini cukup membantu menjangkau kalangan muda (Tridono, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, para agen BSI Smart juga sering membagikan cerita pelanggan yang berhasil menggunakan layanan ini untuk menarik perhatian calon pelanggan lainnya. Hasil observasi peneliti mengonfirmasi bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh agen BSI Smart sangat berfokus pada pendekatan langsung dan personal, yang efektif dalam menjangkau masyarakat

pedesaan. Para agen aktif menjelaskan layanan perbankan digital secara langsung kepada pelanggan yang datang ke tempat usaha mereka, sambil memberikan edukasi terkait penggunaan layanan seperti transfer dan pembayaran online. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa masyarakat lebih mudah menerima informasi dari individu yang mereka kenal dan percayai.

Bapak Ikhsan Suhendra menyebutkan bahwa promosi melalui brosur dan spanduk juga masih dilakukan, meskipun efektivitasnya terbatas. Kami menempatkan spanduk di lokasi-lokasi strategis, seperti pasar atau kantor desa, agar masyarakat dapat melihat informasi tentang layanan kami. Namun, saya menyadari bahwa metode ini kurang efektif tanpa adanya interaksi langsung dengan masyarakat (Suhendra, 2024).

Salah satu pendekatan unik yang diterapkan oleh Muhammad Yunus adalah melakukan demonstrasi langsung cara menggunakan layanan digital. Kami sering mengadakan pertemuan kecil di warung atau tempat berkumpul lainnya untuk menunjukkan cara transaksi melalui agen. Ini membantu masyarakat lebih percaya dan memahami layanan kami (Yunus, 2024).

Menurut Indra Ismail, program promosi ini juga didukung oleh pihak bank melalui pelatihan kepada agen. Kami diberi pelatihan tentang cara menjelaskan produk dan layanan kepada masyarakat. Ini sangat membantu kami dalam melakukan promosi (Ismail, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, para agen BSI Smart berharap dukungan pelatihan dari Bank Syariah Indonesia terus diberikan agar agen dapat semakin percaya diri dalam memasarkan layanan. Namun, tantangan dalam promosi juga tidak sedikit. Ibu Ririn Kaila menyebutkan bahwa banyak masyarakat yang masih enggan menggunakan layanan ini karena takut terhadap keamanan transaksi digital. Kami harus terus meyakinkan mereka bahwa sistem ini aman dan diawasi langsung oleh bank (Kaila, 2024)

Tantangan utama dalam mengedukasi masyarakat tentang layanan digital yang masih baru bagi mereka. Keamanan menjadi salah satu isu krusial yang seringkali menghambat adopsi teknologi digital, terutama di kalangan masyarakat yang kurang familiar dengan dunia digital. Ketakutan akan potensi penyalahgunaan data pribadi atau penipuan online menjadi alasan utama kekhawatiran mereka. Oleh karena itu, sebagai bagian dari strategi promosi, penting untuk membangun kepercayaan melalui penjelasan yang detail mengenai sistem keamanan yang diterapkan dalam layanan tersebut. Dalam praktiknya, implementasi bauran promosi juga melibatkan strategi diskon atau insentif. Bapak Ikhsan Suhendra menjelaskan bahwa beberapa agen memberikan insentif kecil seperti potongan biaya transaksi untuk menarik lebih banyak pelanggan. Meskipun sederhana, cara ini cukup efektif untuk menarik perhatian masyarakat, terutama mereka yang baru mencoba layanan ini (Suhendra, 2024)

Salah satu teknik promosi yang banyak diterapkan dalam pemasaran produk dan layanan, yaitu pemberian insentif. Strategi diskon atau potongan biaya transaksi merupakan pendekatan yang sering digunakan untuk menarik perhatian pelanggan, terutama bagi mereka yang belum berpengalaman menggunakan layanan tersebut. Selain itu, strategi ini dapat menciptakan pengalaman positif pertama bagi pelanggan yang akhirnya bisa mendatangkan lebih banyak pengguna melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Menurut Bapak Muhammad Yunus,

keberhasilan promosi juga bergantung pada pemahaman agen terhadap kebutuhan masyarakat. Kami harus tahu apa yang masyarakat butuhkan dan cari solusi yang sesuai. Jika layanan kami sesuai dengan kebutuhan mereka, promosi akan lebih mudah (Yunus, 2024)

Hal ini mencerminkan prinsip dasar dalam pemasaran yang berfokus pada pelanggan, yaitu memahami pelanggan untuk memberikan solusi yang sesuai dengan masalah atau keinginan mereka. Bapak Indra Ismail menambahkan bahwa meskipun promosi dilakukan dengan berbagai cara, kualitas layanan tetap menjadi prioritas. Kami tidak hanya fokus pada promosi, tetapi juga memastikan bahwa layanan yang kami berikan memuaskan pelanggan. Dengan begitu, mereka akan merasa nyaman dan menjadi pelanggan setia (Ismail, 2024).

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa meskipun promosi bisa menarik pelanggan baru, kualitas layanan yang memadai adalah faktor kunci dalam memastikan pelanggan kembali dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa promosi tidak dapat berdiri sendiri tanpa didukung oleh kualitas layanan yang baik. Implementasi strategi bauran promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu menunjukkan bahwa pendekatan yang personal, edukatif, dan kolaboratif menjadi kunci keberhasilan program ini. Meskipun terdapat tantangan, para agen berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan dan strategi promosi agar program ini dapat menjangkau lebih banyak masyarakat serta mendukung inklusi keuangan di daerah tersebut.

3. Hambatan Dalam Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu

Pelaksanaan strategi bauran promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu menghadapi sejumlah hambatan yang mempengaruhi efektivitas program tersebut. Berdasarkan wawancara dengan lima agen BSI Smart, hambatan yang mereka hadapi mencakup berbagai masalah teknis, kesulitan komunikasi, serta kendala finansial yang memengaruhi kelancaran operasional dan promosi layanan.

Salah satu hambatan utama yang sering dijumpai adalah gangguan sinyal internet. Menurut Bapak Muhammad Yunus, kepala sekolah yang juga memiliki pengalaman dengan sistem digital. Di beberapa area, sinyal internet sangat terbatas, bahkan sering kali hilang. Hal ini membuat transaksi menjadi terganggu, yang tentunya mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap layanan BSI Smart (Yunus, 2024).

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa gangguan sinyal yang tidak stabil membuat para agen kesulitan dalam menjalankan transaksi atau mengakses aplikasi BSI Smart secara efektif, sehingga berpotensi menurunkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Bapak Indra Ismail, salah satu agen BSI Smart, menambahkan bahwa masalah gangguan sinyal tidak hanya terjadi di daerah terpencil, tetapi juga di pusat kecamatan. Kadang-kadang, meskipun di pusat kecamatan, jaringan tetap tidak stabil. Transaksi bisa gagal atau terlambat, yang tentunya merugikan pelanggan (Ismail, 2024)

Hal ini mengarah pada ketidakpuasan pelanggan, yang mungkin memilih untuk beralih ke layanan perbankan lain yang lebih stabil sinyalnya. Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa gangguan sinyal internet dan masalah teknis lainnya merupakan hambatan signifikan yang mempengaruhi kelancaran layanan BSI Smart. Di beberapa daerah, baik yang terpencil maupun di pusat kecamatan,

kualitas sinyal internet yang tidak stabil sering kali menyebabkan transaksi terhambat atau gagal, yang berpotensi mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini.

Hal ini menjadi masalah serius karena bisa menyebabkan kerugian bagi pelanggan yang merasa uang mereka hilang, meskipun sistem tidak mengalami kegagalan pada transaksi sebelumnya. Masalah lainnya adalah biaya transfer antar bank yang relatif mahal. Bapak Ikhsan Suhendra, agen lainnya, mengatakan, Terkadang biaya transfer antar bank cukup tinggi, yang membuat pelanggan berpikir dua kali untuk menggunakan layanan ini. Mereka cenderung memilih metode lain yang lebih murah, meskipun kami sudah menjelaskan keuntungan layanan ini (Suhendra, 2024).

Biaya yang tinggi untuk transaksi antar bank bisa menjadi penghalang, terutama bagi masyarakat dengan penghasilan rendah. Oleh karena itu, biaya yang lebih terjangkau menjadi salah satu faktor penting dalam menarik lebih banyak pengguna layanan ini. Bapak Ikhsan Suhendra menambahkan bahwa keterbatasan alat peraga dan media promosi juga menjadi hambatan. Kami terkadang kekurangan spanduk atau poster yang memadai. Ini membuat kami harus menggunakan media sosial untuk promosi, namun tidak semua orang di daerah ini aktif di media sosial (Suhendra, 2024)

Pembatasan pada alat peraga atau media promosi fisik dapat memengaruhi jangkauan promosi, terutama di daerah dengan keterbatasan akses teknologi. Bapak Joko Tridono juga menyoroti bahwa kadang-kadang masyarakat merasa khawatir dengan risiko kehilangan uang mereka. Beberapa orang merasa cemas bahwa uang yang mereka kirimkan tidak sampai. Ini adalah salah satu hal yang membuat mereka ragu untuk menggunakan layanan digital (Tridono, 2024)

Kepercayaan terhadap sistem digital menjadi salah satu isu krusial yang memerlukan perhatian serius, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan masyarakat dalam memanfaatkan layanan tersebut. Tanpa adanya rasa percaya yang kuat, masyarakat cenderung ragu-ragu untuk mengadopsi teknologi digital secara maksimal, sehingga penting untuk memastikan bahwa sistem digital dirancang dengan transparansi, keamanan, dan perlindungan data yang.

B. Pembahasan

1. Kegiatan Agen BSI *Smart* Sebagai Program Laku Pandai di Kecamatan Wampu

Kegiatan agen BSI Smart di Kecamatan Wampu, sebagai bagian dari program Laku Pandai, memberikan dampak signifikan terhadap inklusi dan literasi keuangan masyarakat di wilayah tersebut. Program ini, yang bertujuan untuk memperkenalkan layanan perbankan di daerah-daerah yang belum terjangkau oleh kantor cabang bank, terbukti memberikan manfaat besar. Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa agen BSI Smart tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan transaksi, tetapi juga sebagai edukator yang membantu masyarakat dalam memahami cara mengelola keuangan.

Namun, meskipun program ini berhasil dalam banyak aspek, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi, salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur teknologi, khususnya jaringan internet yang tidak stabil. Berdasarkan wawancara

dengan agen seperti Ibu Ririn Kaila, kendala teknis tersebut sering kali menjadi penghambat dalam pelaksanaan transaksi yang optimal. Hal ini mencerminkan masalah yang diidentifikasi oleh Abidin (2019), yang menyebutkan bahwa tantangan infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama dalam implementasi layanan digital di daerah-daerah terpencil. Ketidakstabilan jaringan dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini, meskipun para agen berusaha memberikan solusi dengan pendekatan yang lebih sabar dan menjelaskan manfaat jangka panjang dari layanan yang ada. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur dan dukungan teknis dari pihak penyelenggara menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan agar program ini dapat berkembang secara optimal.

Pelatihan yang diberikan oleh pihak BSI juga menjadi faktor krusial dalam memastikan keberhasilan agen dalam memberikan layanan yang berkualitas. Para agen, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Joko Tridono, menerima pelatihan intensif yang mencakup pemahaman sistem kerja serta cara menangani kendala teknis yang mungkin muncul. Hal ini sejalan dengan pandangan dari Sari (2018), yang mengungkapkan bahwa pelatihan agen dalam program Laku Pandai sangat diperlukan agar mereka dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan profesional. Dengan adanya pelatihan yang memadai, agen tidak hanya mampu menyelesaikan masalah teknis seperti gangguan jaringan, tetapi juga dapat memberikan pelayanan yang lebih ramah dan efisien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan digital. Oleh karena itu, peningkatan pelatihan agen harus menjadi prioritas dalam strategi pengembangan program ini.

Dampak ekonomi yang dihasilkan oleh program BSI Smart juga sangat positif bagi para agen. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Muhammad Yunus dan Bapak Indra Ismail, menjadi agen BSI Smart memberikan mereka penghasilan tambahan yang cukup membantu memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa program Laku Pandai tidak hanya menguntungkan masyarakat dalam hal akses layanan perbankan, tetapi juga memberi peluang ekonomi kepada agen. Pendapat ini sejalan dengan penelitian oleh Rahmawati (2020) yang menyatakan bahwa program Laku Pandai memberikan dampak ekonomi langsung bagi para agen, karena mereka memperoleh komisi dari setiap transaksi yang dilakukan. Meskipun pendapatan agen dapat bervariasi tergantung pada volume transaksi, secara keseluruhan program ini dapat memberikan stabilitas ekonomi bagi para agen yang berperan aktif dalam mengembangkan layanan di daerah mereka.

Selain itu, peran agen BSI Smart dalam meningkatkan literasi digital masyarakat sangat penting. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ikhsan Suhendra, agen tidak hanya bertugas untuk memfasilitasi transaksi perbankan, tetapi juga untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya literasi keuangan digital. Hal ini mendukung pandangan dari Tarmizi (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan digital menjadi dua faktor yang sangat mempengaruhi kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka secara efektif di era digital. Dengan memanfaatkan layanan digital, masyarakat dapat mengelola pengeluaran mereka dengan lebih efisien dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekonomi digital. Oleh karena itu, pendidikan literasi digital melalui agen BSI Smart dapat mempercepat adopsi teknologi dan mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai layanan keuangan secara mandiri.

Peran agen BSI Smart juga terasa sangat penting dalam mendukung akses layanan keuangan untuk pelaku usaha kecil atau UMKM. Bapak Joko Tridono menyoroti bagaimana banyak pelaku UMKM memanfaatkan layanan agen BSI Smart untuk menyetor uang hasil penjualan mereka tanpa harus pergi ke kantor cabang bank. Hal ini mengurangi beban biaya dan waktu yang sebelumnya diperlukan untuk mengakses layanan perbankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Santosa (2017) yang menekankan pentingnya program Laku Pandai dalam memperkenalkan produk perbankan kepada masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan perbankan formal. Seperti yang dijelaskan oleh agen BSI Smart, mereka tidak hanya melayani transaksi, tetapi juga mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan keuangan. Hal ini meningkatkan literasi keuangan dan memungkinkan masyarakat untuk memanfaatkan layanan perbankan digital yang lebih efisien. Namun, tantangan terkait dengan infrastruktur teknologi, seperti gangguan sinyal internet yang disebutkan dalam wawancara, juga mengingatkan pada temuan Abidin (2019) yang menyatakan bahwa keterbatasan jaringan adalah hambatan utama dalam implementasi layanan digital di daerah terpencil.

Keberhasilan program BSI Smart juga terlihat dari meningkatnya kesadaran masyarakat tentang produk-produk perbankan syariah. Sebagai agen, Bapak Muhammad Yunus berperan aktif dalam mengenalkan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat, seperti tabungan wadiah dan mudharabah. Hal ini mendukung pandangan yang disampaikan oleh Haryanto (2020), yang menyatakan bahwa layanan perbankan syariah memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama di daerah yang memiliki mayoritas penduduk Muslim. Dengan penjelasan yang tepat dari agen, masyarakat dapat lebih memahami manfaat produk perbankan syariah dan membedakannya dari produk perbankan konvensional, yang pada akhirnya meningkatkan partisipasi mereka dalam sistem keuangan syariah.

Program BSI Smart di Kecamatan Wampu memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Program ini memfasilitasi akses layanan keuangan yang lebih mudah dan efisien, sekaligus memberikan peluang ekonomi kepada para agen. Meskipun masih ada tantangan terkait infrastruktur dan kepercayaan masyarakat, komitmen agen dalam melayani masyarakat serta peran mereka sebagai edukator menjadi kunci keberhasilan program ini.

2. Implementasi Strategi Bauran Promosi Agen BSI Smart sebagai program Laku Pandai di Kecamatan Wampu

Implementasi strategi bauran promosi Agen BSI Smart dalam program Laku Pandai di Kecamatan Wampu menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan inovatif dalam mempromosikan layanan perbankan di masyarakat pedesaan. Bauran promosi yang diterapkan oleh agen-agen BSI Smart mencakup beberapa metode, baik melalui interaksi langsung maupun pemanfaatan media sosial. Sebagaimana disampaikan oleh Muhammad Yunus, salah satu agen BSI Smart, promosi dilakukan melalui komunikasi personal dengan masyarakat. Hal ini relevan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa komunikasi personal dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Di lingkungan pedesaan, pendekatan langsung ini sangat efektif karena masyarakat lebih cenderung menerima informasi dari orang yang mereka kenal, yang pada gilirannya membangun kepercayaan.

Selain itu, promosi juga dilakukan melalui edukasi kepada masyarakat tentang penggunaan layanan perbankan digital. Ibu Ririn Kaila, salah satu agen lainnya, menjelaskan bahwa edukasi adalah bagian penting dari strategi promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), edukasi pelanggan tentang produk dan layanan yang baru sangat krusial, terutama dalam konteks produk yang mengandung elemen teknologi seperti perbankan digital. Hal ini sejalan dengan tantangan yang dihadapi oleh para agen, yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep perbankan digital. Dengan memberikan edukasi yang jelas, agen BSI Smart mampu mengurangi ketakutan dan kebingungan yang mungkin timbul, serta meningkatkan penerimaan terhadap teknologi yang mereka tawarkan.

Pemanfaatan media sosial, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Joko Tridono, juga merupakan bagian dari strategi promosi yang sangat efektif dalam menjangkau kalangan muda. Hal ini mendukung pendapat McLuhan (1964) yang menyatakan bahwa media adalah saluran yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Meskipun tidak semua masyarakat di Kecamatan Wampu menggunakan media sosial, pendekatan ini tetap membantu memperkenalkan layanan BSI Smart kepada kelompok masyarakat tertentu yang memiliki akses ke platform digital. Dengan menggunakan media sosial, agen BSI Smart dapat membangun kesadaran merek dan menarik perhatian calon pelanggan yang lebih muda.

Tantangan dalam promosi juga terkait dengan persepsi masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Ririn Kaila, beberapa masyarakat merasa takut menggunakan layanan digital karena kekhawatiran tentang potensi penyalahgunaan data pribadi. Hal ini sesuai dengan temuan dari Budiarto (2019), yang mengungkapkan bahwa rasa takut terhadap keamanan adalah salah satu faktor utama yang menghambat adopsi teknologi digital, terutama di kalangan masyarakat yang kurang familiar dengan dunia perbankan digital. Oleh karena itu, untuk membangun kepercayaan, agen-agen BSI Smart perlu memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai sistem keamanan yang diterapkan pada layanan mereka. Kepercayaan ini sangat penting agar masyarakat merasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan digital.

Pemberian insentif, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Ikhsan Suhendra, juga menjadi strategi penting dalam menarik perhatian masyarakat. Strategi diskon atau potongan biaya transaksi merupakan pendekatan yang banyak digunakan dalam pemasaran, karena memberikan insentif langsung yang menarik bagi pelanggan. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2010), yang menyatakan bahwa pemberian insentif dapat meningkatkan motivasi pembelian, terutama bagi konsumen yang belum mengenal produk atau layanan tersebut. Dengan adanya insentif, pelanggan baru dapat merasakan manfaat langsung, yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut lebih lanjut.

Namun, promosi tidak hanya tentang menarik pelanggan baru, tetapi juga tentang mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Bapak Indra Ismail mengungkapkan bahwa kualitas layanan menjadi prioritas utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pendapat ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018), yang menekankan bahwa kualitas layanan adalah faktor penentu utama dalam kepuasan pelanggan. Layanan yang memuaskan akan mendorong pelanggan untuk kembali

dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya akan memperluas pasar secara organik. Oleh karena itu, strategi promosi yang sukses harus selalu didukung dengan kualitas layanan yang konsisten dan memadai.

Demonstrasi langsung cara menggunakan layanan digital yang dilakukan oleh Muhammad Yunus juga merupakan pendekatan yang sangat efektif. Hal ini mendukung pendapat dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menyatakan bahwa salah satu cara terbaik untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk baru adalah dengan memberikan pengalaman langsung yang dapat memperjelas manfaat dari produk tersebut. Melalui demonstrasi langsung, masyarakat dapat melihat bagaimana layanan bekerja dalam situasi nyata, yang dapat mengurangi keraguan dan meningkatkan adopsi teknologi digital.

Pelatihan yang diberikan oleh bank kepada agen juga menjadi faktor pendukung keberhasilan strategi promosi ini. Menurut Tjiptono (2014), pelatihan yang tepat akan meningkatkan kemampuan agen dalam memasarkan produk, serta memberikan pengetahuan yang lebih baik tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Implementasi strategi bauran promosi Agen BSI Smart dalam program *Laku Pandai* di Kecamatan Wampu sejalan dengan penelitian Nasution et al. (2020), yang menekankan bahwa edukasi digital sangat penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan keuangan, terutama di wilayah dengan literasi keuangan rendah. Hal ini tercermin dalam upaya agen BSI Smart seperti Ibu Ririn Kaila yang memberikan edukasi langsung untuk mengatasi kendala pemahaman masyarakat terhadap perbankan digital. Selain itu, penelitian Sihombing (2018) juga sesuai, karena menunjukkan bahwa komunikasi personal merupakan strategi efektif dalam membangun hubungan kepercayaan antara agen dan pelanggan.

3. Hambatan Dalam Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu

Pelaksanaan strategi bauran promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu menghadapi beberapa hambatan yang memengaruhi efektivitas program tersebut. Salah satu hambatan utama adalah gangguan sinyal internet yang sering terjadi, baik di daerah terpencil maupun di pusat kecamatan. Gangguan sinyal ini mengganggu kelancaran transaksi dan akses aplikasi, yang pada gilirannya dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan BSI Smart. Hal ini sesuai dengan pendapat yang menyebutkan bahwa kualitas infrastruktur teknologi sangat mempengaruhi keberhasilan layanan digital di daerah dengan keterbatasan sinyal (Mollah et al., 2019). Tanpa adanya koneksi yang stabil, transaksi menjadi terhambat dan masyarakat enggan menggunakan layanan tersebut.

Selain masalah sinyal, masalah teknis lainnya adalah kesalahan input data atau human error dalam penggunaan aplikasi oleh agen. Kesalahan ini menyebabkan transaksi gagal atau tertunda, yang tentunya mengurangi tingkat kepuasan pelanggan. Sebagai solusi, pelatihan yang lebih intensif kepada agen dalam mengoperasikan aplikasi sangat penting. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa peningkatan keterampilan agen dalam menggunakan teknologi dapat mengurangi kemungkinan kesalahan yang merugikan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan. Pelatihan yang baik akan memastikan bahwa agen

dapat melaksanakan transaksi dengan lebih efisien, mengurangi ketidaknyamanan pelanggan, dan membangun kepercayaan terhadap layanan.

Masalah lain yang menjadi hambatan adalah biaya transfer antar bank yang tinggi. Biaya yang mahal ini cenderung membuat pelanggan berpikir dua kali sebelum menggunakan layanan BSI Smart, terutama bagi mereka yang memiliki penghasilan rendah. Gertner dan Ghauri (2018) menyatakan bahwa biaya transaksi yang tinggi dapat menghalangi adopsi layanan oleh masyarakat, yang cenderung mencari alternatif dengan biaya yang lebih terjangkau. Oleh karena itu, pengurangan biaya transfer antar bank bisa menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik layanan ini di kalangan masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah.

Keterbatasan alat peraga dan media promosi juga menjadi tantangan dalam pelaksanaan bauran promosi. Di Kecamatan Wampu, tidak semua masyarakat aktif di media sosial, sehingga promosi melalui platform digital saja tidak cukup efektif. Penggunaan media promosi fisik seperti spanduk dan poster menjadi salah satu alternatif untuk menjangkau audiens yang tidak terbiasa dengan teknologi.

Kepercayaan masyarakat terhadap sistem digital juga menjadi hambatan yang signifikan. Banyak orang yang merasa khawatir akan kehilangan uang mereka dalam transaksi digital, yang dapat mengurangi minat mereka untuk menggunakan layanan ini. Menurut Alhawari et al. (2012), salah satu cara untuk mengatasi kekhawatiran ini adalah dengan memberikan edukasi yang jelas mengenai keamanan sistem transaksi digital. Pihak penyedia layanan harus berkomunikasi dengan jelas mengenai langkah-langkah keamanan yang diterapkan, serta memberi jaminan kepada pelanggan bahwa dana mereka aman.

Hambatan dalam pelaksanaan strategi bauran promosi Agen BSI Smart di Kecamatan Wampu, seperti gangguan sinyal internet, kesalahan input data, dan biaya transfer yang tinggi, sejalan dengan temuan Mollah et al. (2019) yang menyebutkan bahwa infrastruktur teknologi yang kurang memadai menghambat adopsi layanan digital, terutama di daerah terpencil. Selain itu, Gertner dan Ghauri (2018) menjelaskan bahwa biaya transaksi yang tinggi dapat mengurangi minat masyarakat berpenghasilan rendah untuk menggunakan layanan keuangan digital.

Hambatan-hambatan ini menunjukkan bahwa meskipun strategi bauran promosi Agen BSI Smart memiliki potensi besar, tantangan-tantangan yang ada perlu diatasi dengan pendekatan yang hati-hati dan strategis. Sebagai contoh, untuk mengatasi masalah gangguan sinyal, perlu adanya kerja sama dengan penyedia layanan telekomunikasi untuk meningkatkan kualitas jaringan di wilayah tersebut. Selain itu, untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, pihak bank perlu mengedukasi pelanggan tentang manfaat dan keamanan layanan digital. Selain itu, solusi atas biaya tinggi yang menjadi hambatan juga perlu dipertimbangkan untuk menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi pengguna potensial

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan agen BSI Smart di Kecamatan Wampu sebagai bagian dari program Laku Pandai memberikan dampak signifikan terhadap inklusi keuangan dan literasi digital masyarakat. Program ini berhasil menghubungkan masyarakat dengan layanan perbankan yang sebelumnya sulit dijangkau, meningkatkan pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan, dan memberikan akses ke layanan perbankan digital

yang lebih efisien. Meskipun tantangan terkait infrastruktur teknologi dan kepercayaan masyarakat masih ada, peran agen sebagai edukator dan penyedia layanan sangat penting dalam menjamin keberhasilan program ini.

Strategi bauran promosi yang diterapkan oleh agen BSI Smart di Kecamatan Wampu sangat efektif dalam memperkenalkan layanan perbankan digital kepada masyarakat. Penggunaan komunikasi personal, edukasi, pemanfaatan media sosial, dan pemberian insentif menarik perhatian masyarakat, termasuk kalangan muda dan pelaku UMKM. Meskipun tantangan terkait persepsi keamanan digital masih ada, pendekatan langsung dan demonstrasi layanan, bersama dengan pelatihan agen, membantu membangun kepercayaan dan meningkatkan adopsi layanan digital di kalangan masyarakat.

Hambatan utama dalam penerapan layanan digital BSI Smart di daerah terpencil adalah ketidakstabilan infrastruktur teknologi dan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital. Meskipun agen berusaha mengatasi masalah ini dengan memberikan edukasi dan pendekatan yang sabar, perlu ada dukungan lebih lanjut dari pihak bank untuk memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan literasi digital. Hal ini penting agar masyarakat merasa lebih nyaman dan percaya dalam menggunakan layanan perbankan digital, serta memastikan kelancaran operasional program Laku Pandai

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2019). Tantangan infrastruktur teknologi dalam implementasi layanan digital di daerah terpencil. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 5(2), 123-134.
- Budiarto, S. (2019). Rasa takut terhadap keamanan dalam adopsi teknologi digital: Studi pada masyarakat desa. *Jurnal Keamanan Teknologi*, 4(1), 50-60.
- Deny Yudiantoro, A. N. (2021). Peran Agen Laku Pandai Dalam Meningkatkan Transaksi Non Tunai Pada Sektor Mikro Di Masa Pandemi. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(1), 65-83.
- Farida Yulianti, L. D. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Malang: Literasi Nusantara.
- Haryanto, P. (2020). Potensi layanan perbankan syariah di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(4), 200-210.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lelengboto, J. E. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Agen BSI Smart PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Bitung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(4), 455-467.
- Mayangsari, A. N. (2018). Analisis Strategi Promosi Pada Umkm Social Interpace (Studi Kasus Pascorner Café And Gallery). *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 99-113.
- Rahmawati, H. (2024). Kepatuhan Hukum Agen Laku Pandai Bsi Smart Dalam Layanan Terhadap Nasabah. *Jurnal El Hisbah*, 4(1), 29-38.

- Rahmawati, N. (2020). Dampak ekonomi program Laku Pandai bagi agen perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(1), 45-58.
- Rizaldi, I. A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Bermitra Menjadi Agen BSI Smart. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 59-73.
- Santosa, R. (2017). Potensi besar program Laku Pandai dalam meningkatkan inklusi keuangan masyarakat. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(4), 35-46.
- Sari, E. (2018). Peran pelatihan agen dalam keberhasilan program Laku Pandai. *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan*, 12(2), 101-110.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarmizi, H. (2021). Literasi Keuangan Dan Digital Sebagai Faktor Penting Dalam Pengelolaan Keuangan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Digital*, 9(3), 120-133.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.