

## Harmonisasi *Branchless Banking* Menuju Citizen 5.0

Dr. Dedy Ansari Harahap, SP., MM

Email : deanhar@yahoo.com

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Bandung

Berita-berita mengumumkan terjadinya penurunan transaksi di perbankan secara langsung maupun tidak langsung, hal ini berdampak kepada sistem operasional bank, sehingga mengakibatkan bank-bank berpikir keras untuk meningkat kinerjanya, dengan menekan biaya operasional serta strategi yang tepat menghadapi *disruption* yang serba tidak terduga. Perubahan yang tidak terduga masa pandemi, membuat perusahaan jasa perbankan harus mampu beradaptasi dan bertahan. *Nobody can see that coming* ! Semua orang tidak membayangkan terjadinya *coronavirus* yang memasuki tahun ke-3 sejak Nopember 2019 di Indonesia (Harahap, 2021b). Perilaku konsumen pun berubah drastis, bagaimana bisnis di industri riil harus beradaptasi dan menjalankan strategi pemasaran yang paling efektif?. Untuk mendukung aktifitas *branchless banking* tetap berjalan dan bertahan dari peristiwa *pandemic* dibutuhkan suatu strategi bisnis yang tepat (Harahap, 2021a).

Pengurangan dan penutupan kantor beberapa bank di Indonesia dalam rangka efisiensi, membuka peluang dan tantangan bagi perbankan *branchless banking* melakukan strategi yang tepat menyikapi situasi yang berubah cepat dan serba tidak terduga. Layanan keuangan tanpa kantor (laku pandai) atau *branchless banking* perlu melakukan langkah yang cepat dalam menyikapi situasi saat ini, adanya perubahan sikap semua pelaku bisnis dari yang paling bawah sampai atas, mau tidak mau mereka harus mengubah saluran bisnisnya ke sistem *online* melalui teknologi digital. Bagaimana *branchless banking* menyikapi hal ini dengan melakukan sosialisasi dan memberikan literasi kepada masyarakat di sekitar *branchless banking* berada (Harahap, 2019; 2021).

Harmonisasi *branchless banking* menjalankan bisnisnya sebagai strategi perusahaan menuju *society* 5.0 sangat penting dilakukan, agar terciptanya sinergi implementasi teknologi dengan manusia yang menggunakannya. Dalam salah satu konsep pemasaran yaitu *holistic marketing* manusia atau konsumen tidak diberlakukan sebagai objek semata melainkan kedudukannya setara dengan perusahaan karena saling membutuhkan. *Society* 5.0 menjadi solusi dalam penerapan teknologi revolusi industri 4.0, dimana semua bisnis berlomba-lomba bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi dalam operasionalnya dengan menggunakan mesin-mesin berteknologi canggih, mengurangi tenaga kerja manusia dan menggantikannya dengan tenaga mesin. *Society* 5.0 diharapkan dapat menciptakan nilai baru melalui perkembangan teknologi canggih dapat mengurangi adanya kesenjangan antara manusia dengan masalah ekonomi ke depannya.

Era **VUCA** dalam konteks lanskap bisnis jasa layanan keuangan seperti *branchless banking*, merupakan fenomena yang tidak bisa dihindari dan harus dihadapi semua pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas bisnisnya. Dalam menyikapi fenomena **VUCA** (*Volatility* yaitu keadaan yang tidak menentu dan rentan terhadap perubahan, *Uncertainty* yaitu ketidakpastian dan keadaan yang penuh kejutan yang bisa terjadi kapan saja, *Complexity* yaitu situasi dengan terlalu banyak faktor yang mempengaruhinya & *Ambiguity* yaitu kebingungan membaca arah yang jelas), *branchless banking* harus tetap fokus dan adaptif, serta selalu melakukan terobosan melalui inovasi

produk yang dipasarkan seperti ; mengembangkan fitur-fitur terbaru pada perangkat *software* untuk melengkapi layanan seperti ; pembukaan rekening secara digital, peminjaman dana, pengelolaan tagihan kartu kredit, pengembangan *e-wallet*, pengembangan QR payment dan lainnya, karena produk saat ini yang dianggap sudah inovasi belum tentu laku dan disukai konsumen (Harahap, 2021b).

*Society 5.0* adalah sebuah konsep yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dan pemecahan masalah-masalah sosial oleh sebuah sistem yang memadukan ruang maya dan ruang nyata. Memasuki era *society 5.0* melalui mega data (*big data*) yang dikumpulkan oleh serba internet (*Internet of Things*), akan diubah menjadi jenis kecerdasan baru oleh kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan akan menyentuh setiap sudut kehidupan masyarakat. Semua masyarakat yang juga sebagai konsumen akan bergerak menuju *society 5.0*, semua segi kehidupan membuat setiap orang akan menjadi lebih nyaman dan berkelanjutan, karena kepada mereka hanya diberikan berupa produk-produk dan layanan pada jumlah dan saat diperlukan saja dalam suatu *tools* yang modern dan canggih yang ramah lingkungan.

Perubahan paradigma orientasi meraih laba perbankan yang tidak bertumpu pada pendapatan bunga pinjaman, menjadi momentum bagi *branchless banking* meningkatkan kualitas pelayanan berbasis elektronik (*e-service quality*) untuk meningkatkan laba melalui pendapatan non bunga atau lainnya. Dengan menggenjot pendapat lain selain bunga pinjaman diharapkan agar lebih inovatif dan *visioner* melalui penggunaan teknologi modern dan sudah mulai membiasakan tidak tergantung pada pendapatan yang bersumber dari bunga pinjaman tetapi melalui *fee based income* (Harahap, 2021c).

Tak bisa dimungkiri menyongsong memasuki era *metaverse* sebagai isu global, akan berimbas kepada sistem operasi perusahaan seperti halnya *branchless banking* pada saat ini, terjadinya perubahan dan perkembangan teknologi digital yang begitu cepat membentuk suatu model aktifitas baru, sehingga semakin menguatkan penggunaan internet menjadi *trend consumer behavior* di masa akan datang. Implementasi *society 5.0* dikaitkan dengan era *metaverse* menjadi langkah strategis *branchless banking* mempertahankan dan menggaet pelanggannya di masa akan datang. Harahap (2022), karena hal ini sangat penting bagi konsumen pengguna *internet* sebagai pengguna jasa *branchless banking* bisa dengan mudah dan nyaman berselancar di dunia maya ke dunia yang berbeda baik dari satu *marketplace* ke *marketplace* lain, dapat berpindah dari satu *website* ke *website* lainnya tanpa batas, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

### Referensi :

- Harahap, D. A. (2019). *ANALISIS LOYALITAS NASABAH BERBASIS ELEKTRONIK PADA BANK NEGARA PENYELENGGARA LAKU PANDAI DI DKI JAKARTA DAN JAWA BARAT*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Harahap, D. A. (2021a, July). Branchless Banking Penopang UMKM, Adaptasi Fase Normal Baru. *Financial Services Marketing.Co.Id*, 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.11838.61765>
- Harahap, D. A. (2021b, July). Langkah Strategis Branchless Banking Menghadapi Digitalisasi. *Business & Economy Info Brand*, 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.18390.57922>
- Harahap, D. A. (2021c, December). Fee Based Income Pilihan Perbankan Raih Laba. *Financial Services Marketing.Co.Id*, 2. <https://marketing.co.id/fee-based-income-pilihan-perbankan-raih-laba/>
- Harahap, D. A. (2022, February). Fenomena Forced Buyer Saat Pandemi. *Majalah SWA Online*, 2. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.19917.31203>