

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, reksa dana merupakan instrumen investasi yang paling digemari oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) sebagai kustodian sentral serta lembaga penyimpanan dan penyelesaian di Indonesia dalam *press release* tahun 2018 yang menyatakan bahwa jumlah investor efek saat ini didominasi oleh investor reksa dana.

Terdapat 4 hal utama yang menjadikan reksa dana menjadi pilihan investor. Pertama, reksa dana memiliki tingkat *return* yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk konvensional seperti tabungan dan deposito. Kedua, reksa dana memiliki nominal investasi yang sangat terjangkau oleh masyarakat, yaitu dimulai dari 100 ribu rupiah. Beberapa Bank Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) juga telah melengkapi pembelian reksa dana dengan fasilitas *instalment*, dimana investor dapat melakukan pembelian reksa dana secara berkala (bulanan) dengan nominal pembelian dan jangka waktu tertentu melalui mekanisme autodebet dari rekening tabungan. Dengan demikian, reksa dana dapat dijangkau oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Ketiga, reksa dana bersifat *likuid*, yaitu dapat dicairkan kapanpun ketika investor membutuhkan dana tunai. Terakhir, disamping kelebihan-kelebihannya, reksa dana juga merupakan produk investasi yang aman secara hukum karena terdaftar sebagai efek yang dapat diperjualbelikan dan telah diatur oleh Undang-Undang.

Secara hukum nasional, reksa dana dilindungi keberadaannya oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1998 tentang Pasar Modal (UU Pasar Modal).

Berdasarkan Undang-Undang ini, reksa dana diartikan sebagai wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk diinvestasikan dalam Portfolio Efek oleh Manajer Investasi. Secara sederhana, kita dapat memahami reksa dana sebagai tempat dikumpulkannya dana dari para investor yang selanjutnya dikelola oleh Manajer Investasi untuk diinvestasikan kembali ke berbagai instrumen investasi lain, seperti saham, obligasi dan deposito. Dengan demikian, investor reksa dana tidak perlu secara langsung mengelola investasinya sendiri, akan tetapi cukup mempercayakan pengelolaan dana investasinya kepada Manajer Investasi.

Konsep investasi seperti ini ternyata disukai oleh masyarakat. Terbukti dengan terus meningkatnya penjualan reksa dana dari tahun ke tahun secara nasional berdasarkan data yang dihimpun oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai berikut :

Tabel 1.1
Kinerja Reksa Dana Tahun 2015 – 2019

Periode	Jumlah Reksa Dana	Nilai Aktiva Bersih (Rp miliar)	Jumlah UP Beredar	Subscription (Rp miliar)	Redemption (Rp miliar)
2015	1,091	271,969.00	182,980,302,630.53	254,346.90	213,345.50
2016	1,425	338,749.81	240,237,854,788.62	350,645.34	302,719.79
2017	1,777	457,506.57	324,223,922,190.67	527,061.89	458,791.26
2018	2,099	505,390.30	373,725,898,271.97	613,482.30	541,657.24
Januari	1,798	476,853.89	337,148,167,996.58	84,261.44	68,768.89
Februari	1,819	492,968.76	349,284,747,016.36	63,834.82	46,301.68
Maret	1,849	496,503.90	352,609,314,415.53	50,212.17	42,825.44
April	1,866	507,495.96	365,956,667,131.09	44,370.69	30,130.34
Mei	1,900	504,397.59	364,145,350,763.86	64,350.45	59,247.94
Juni	1,921	486,561.99	355,868,522,743.98	29,416.73	38,582.11
Juli	1,957	493,414.92	359,239,566,001.52	37,961.59	35,559.38
Agustus	1,999	493,656.15	362,873,943,606.00	47,968.36	46,154.06
September	2,035	495,090.27	366,092,446,536.00	46,756.03	41,733.34
Oktober	2,053	493,960.47	371,308,849,897.04	44,692.02	37,883.43
November	2,073	499,523.32	372,309,863,018.89	40,829.43	42,232.13
Desember	2,099	505,390.30	373,725,898,271.97	58,828.55	52,238.50
2019	2,094	521,116.13	384,163,329,046.22		
Januari	2,099	519,909.57	383,778,986,338.27		
Februari	2,099	521,116.13	383,778,986,338.27		

Sumber : Laporan Pasar Modal OJK Februari 2019

Pada data tersebut, terlihat bahwa pertumbuhan ragam reksa dana, nilai aktiva bersih (NAB) dan jumlah unit penyertaan (UP) reksa dana terus meningkat

dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya masyarakat yang berinvestasi reksa dana. Sampai dengan bulan Oktober 2019, KSEI mencatat bahwa jumlah investor reksa dana adalah sebanyak 1,59 juta investor, meningkat sebesar 60% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 995 ribu investor (*press release* RUPS KSEI 2019).

Pertumbuhan investor ini juga diiringi dengan meningkatnya jumlah APERD yang pada tahun 2019 ini menjadi 42 perusahaan, dimana tahun sebelumnya jumlah APERD adalah sebesar 40 perusahaan (laporan pasar modal OJK Oktober 2019). Dalam industri reksa dana, APERD memiliki peran sebagai perpanjangan tangan Manajer Investasi untuk memperluas jangkauan pemasarannya. Pada industri reksa dana, Bank sebagai APERD memiliki peran yang sangat penting mengingat Bank merupakan lembaga keuangan yang paling dipercaya oleh masyarakat berdasarkan survey yang dilakukan oleh OJK tahun 2016 (Survei Nasional Inklusi Lembaga Keuangan OJK 2016) karena dianggap sebagai lembaga keuangan yang paling aman.

Bank Mandiri sebagai APERD memiliki tugas untuk melakukan penjualan efek reksa dana berdasarkan kontrak kerja sama dengan Manajer Investasi pengelola reksa dana. Saat ini, Bank Mandiri bekerja sama dengan 9 perusahaan Manajer Investasi, yaitu PT Bahana TCW Investment Management, PT Batavia Prosperindo Aset Manajemen, PT Danareksa Investment Management, PT BNP Paribas Investment Partners, PT Mandiri Manajemen Investasi, PT Manulife Aset Manajemen Indonesia, PT Schroder Investment Management Indonesia, PT Ashmore Asset Management Indonesia, dan PT Kresna Asset Management.

Dalam memasarkan produk, APERD dibantu oleh Wakil Agen Penjual Efek Reksa Dana (WAPERD), yaitu orang perseorangan yang mendapatkan izin dari Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) untuk bertindak sebagai Penjual Efek Reksa Dana. Hanya orang-orang yang memiliki izin (sertifikasi) inilah yang berhak melakukan penjualan reksa dana.

Penjualan reksa dana di Bank Mandiri secara nasional juga mengalami peningkatan yang baik dalam kurun waktu 4 tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan *Asset Under Management* (AUM) Reksa Dana yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2
Tabel AUM Reksa Dana Bank Mandiri Tahun 2015 – 2018

Asset Under Management	2015	2016	2017	2018
Reksa Dana (RD)	12,621.00	16,960.00	22,638.00	25,377.00
• RD Saham	1,452.00	1,984.00	2,011.00	2,562.00
• RD Campuran	252.00	437.00	553.00	310.00
• RD Pendapatan Tetap	357.00	444.00	565.00	861.00
• RD Pasar Uang	2,167.00	4,412.00	6,860.00	9,162.00
		7,277.00	9,988.00	12,895.00
• RD Terproteksi	8,463.00	9,683.00	12,644.00	12,258.00
• RD Penyertaan Terbatas	–	-	107.00	121.00

Sumber : Laporan Keuangan Bank Mandiri yang Telah Diolah

Tabel 1.3
Tabel Pertumbuhan AUM Reksa Dana Bank Mandiri Tahun 2015 – 2018

Asset Under Management	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Reksa Dana (RD)	26%	33%	12%
• RD Saham	27%	1%	27%
• RD Campuran	42%	27%	-44%
• RD Pendapatan Tetap	20%	27%	52%
• RD Pasar Uang	51%	55%	34%
• RD Terproteksi	13%	31%	-3%
• RD Penyertaan Terbatas	–	-	13%

Sumber : Laporan Keuangan Bank Mandiri yang Telah Diolah

Namun demikian, peningkatan penjualan AUM reksa dana di Bank Mandiri belum sepenuhnya merata di seluruh kantor wilayah Bank Mandiri. Seperti yang terjadi Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3, terjadi fenomena peningkatan penjualannya, namun laju pertumbuhannya masih di bawah pertumbuhan Bank Mandiri secara nasional.

Tabel 1.4
Tabel AUM Reksa Dana Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3

Asset Under Management	2015	2016	2017	2018
Reksa Dana (RD)	1,115.00	1,320.00	2,011.00	2,153.00
• RD Saham	110.80	130.35	121.50	135.00
• RD Campuran	14.70	15.65	11.10	15.60
• RD Pendapatan Tetap	36.90	38.99	61.40	57.70
• RD Pasar Uang	328.00	382.61	681.60	714.40
• RD Terproteksi	634.80	752.53	1,129.90	1,225.30
• RD Penyertaan Terbatas	–	-	5.20	5.20

Sumber : Laporan Keuangan Bank Mandiri yang Telah Diolah

Tabel 1.5
Tabel Pertumbuhan AUM Reksa Dana Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 Tahun 2015 – 2018

Asset Under Management	2015-2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Reksa Dana (RD)	16%	34%	7%
• RD Saham	15%	-7%	10%
• RD Campuran	6%	-41%	29%
• RD Pendapatan Tetap	5%	36%	-6%
• RD Pasar Uang	14%	44%	5%
• RD Terproteksi	16%	33%	8%
• RD Penyertaan Terbatas	-	-	0%

Sumber : Data Internal Bank Mandiri

Tabel 1.6
Tabel Perbandingan Pertumbuhan AUM Reksa Dana Bank Mandiri
Region VIII / Jawa 3 Tahun 2015 – 2018

<i>Asset Under Management</i>	Pertumbuhan AUM Bank Mandiri Nasional			Pertumbuhan AUM Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3		
	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018	2015 - 2016	2016 - 2017	2017 - 2018
Reksa Dana (RD)	26%	33%	12%	16%	34%	7%
· RD Saham	27%	1%	27%	15%	-7%	10%
· RD Campuran	42%	27%	-44%	6%	-41%	29%
· RD Pendapatan Tetap	20%	27%	52%	5%	36%	-6%
· RD Pasar Uang	51%	55%	34%	14%	44%	5%
· RD Terproteksi	13%	31%	-3%	16%	33%	8%
· RD Penyertaan Terbatas			13%			

Sumber : Data Internal Bank Mandiri

Berdasarkan Tabel 1.6, terlihat bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan terkait laju pertumbuhan Bank Mandiri secara nasional dengan Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3. Secara *year-on-year* (YOY) pertumbuhan Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 periode 2017 – 2018 adalah 7% (tujuh persen), sedangkan secara nasional Bank Mandiri mengalami pertumbuhan sebesar 12% (dua belas persen). Dengan demikian, terdapat gap sebesar 5% (lima persen) antara pertumbuhan nasional dengan regional. Hal yang sama terjadi pula pada periode 2015-2016, dimana pertumbuhan secara nasional adalah sebesar 26% dan pertumbuhan secara regional hanya sebesar 16%. Hanya pertumbuhan pada periode 2016-2017 yang menunjukkan laju pertumbuhan secara regional diatas laju pertumbuhan nasional.

Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 adalah salah satu kantor regional Bank Mandiri yang menaungi wilayah Jawa Timur. Memiliki 150 kantor cabang mikro, 166 kantor cabang reguler dan 38 outlet prioritas serta 2.096 mesin ATM,

Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 menjadi salah region dengan portfolio terbesar di antara 11 region lainnya, termasuk dalam pengelolaan bisnis penjualan reksa dana.

Pengelolaan reksa dana di Region VIII / Jawa 3 berada di bawah koordinasi *Wealth Business Head* (WBH). Secara umum, WBH memiliki 3 tanggung jawab utama, yang pertama adalah mengidentifikasi potensi pengembangan bisnis dan menyusun *action plan/program marketing wealth management* di region secara berkala. Kedua, WBH bertugas untuk memonitor serta mengevaluasi kinerja Outlet Prioritas secara periodik. Ketiga, WBH bertugas untuk mengoptimalkan pelaksanaan penjualan produk-produk perbankan dan *Wealth Management* Bank Mandiri di bawah kelolaan region untuk meningkatkan profitabilitas.

Saat ini, pelaksanaan penjualan reksa dana di Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 dilakukan oleh 971 pegawai yang telah memiliki sertifikat WAPERD, diantaranya adalah *Priority Banking Manager* (Kepala Mandiri Prioritas), Kepala Cabang, *Priority Banking Officer* (PBO) dan *Customer Service Officer*. Tidak hanya reksa dana, pegawai-pegawai tersebut juga bertugas untuk menjual produk-produk perbankan dan produk *wealth management* lainnya dan menangani *customer complaint* di kantor cabang. Banyaknya tugas yang diemban oleh para pegawai ini menyebabkan terbaginya fokus pegawai antara melakukan marketing dan menangani *customer complaint*, sehingga berdasarkan informasi yang didapatkan dari *sampling* pegawai, pegawai merasa tidak dapat optimal dalam melakukan penjualan reksa dana. Pegawai juga menyampaikan bahwa banyak

nasabah yang bertanya terkait pendaftaran reksa dana secara *online* seperti yang dilakukan oleh beberapa perusahaan Manajer Investasi dan APERD lainnya.

Kini, distribusi produk reksa dana memang telah tersebar secara *online* melalui sejumlah aplikasi, *marketplace*, serta *platform website*. Beberapa perusahaan yang memiliki saluran distribusi *online* diantaranya adalah PT. Bareksa Portal Investasi melalui Bareksa.com, PT. Indo Premier Sekuritas melalui IPOTFund, PT. Bukalapak melalui fitur BukaReksa, PT Tokopedia melalui Tokopedia Reksa Dana, PT. Phillip Sekuritas Indonesia melalui Poems ProFund, PT. Strat Mercato Capitale melalui aplikasi TanamDuit, dan PT. Nusantara Sejahtera Investama melalui aplikasi Invissee. Apabila selama ini distribusi produk reksa dana hanya terbatas dilakukan melalui Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) seperti bank dan sekuritas, saat ini saluran distribusi reksa dana sudah semakin luas secara *online*. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan-perusahaan pesaing mulai memperluas saluran distribusi reksa dana.

Berdasarkan Laporan KSEI 2019, per-Oktober 2019, jumlah investor reksadana saat ini telah mencapai 1,59 juta investor atau meningkat sebesar 60,2% dari tahun sebelumnya (995.510 investor). Fenomena pertumbuhan jumlah investor ini disebabkan oleh keterlibatan milenial dan transaksi elektronik yang cepat (Hoesen, Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal Otoritas Jasa Keuangan (OJK), <https://www.bareksa.com/id/text/2019/10/28/jumlah-investor-reksadana-meroket-602-persen-jadi-159-juta-utamakan-literasi/23456/news>).

Dorongan perkembangan teknologi di industri reksa dana ini semakin mempermudah investor untuk melakukan investasi. KSEI memprediksi, tren pertumbuhan investor reksadana masih akan mendominasi pertumbuhan investor

di pasar modal karena memiliki jaringan distribusi yang lebih luas dibandingkan dengan jaringan distribusi efek lainnya, baik saham maupun surat utang (<https://www.bareksa.com/id/text/2018/12/27/kaum-muda-dongkrak-jumlah-investor-reksadana-hampir-tembus-1-juta-sid/21183/news>). Menyikapi fenomena ini, Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 perlu melakukan evaluasi terhadap strategi penjualan reksa dana yang saat ini masih dilakukan melalui *personal approach*.

Fakta-fakta tersebut menunjukkan bahwasanya masih banyak potensi AUM dan investor yang masih dapat digali oleh Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 agar dapat mencapai hasil penjualan yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi baru untuk menghadapi situasi dan kondisi perusahaan yang sedang bertumbuh ini.

Terhadap kondisi perusahaan yang sedang mengalami pertumbuhan tersebut, terdapat beberapa pilihan strategi yang dapat dipilih oleh Bank Mandiri Region VII / Jawa 3 untuk mempertahankan pertumbuhan pasar (Kotler : 2016), diantaranya :

- a. Meningkatkan kualitas, fitur dan model produk.
- b. Menambah model baru dan produk penyerta.
- c. Menambah segmen pasar yang belum pernah dimasuki sebelumnya.
- d. Memperluas lingkup dan menambah jalur distribusi.
- e. Meningkatkan level promosi *advertising*, yang semula bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran konsumen atas produk (*product-awareness advertising*) menjadi iklan yang membuat orang memilih produk (*product-preference advertising*).

- f. Menurunkan harga untuk menarik lapisan berikutnya yang sensitif terhadap harga

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, strategi peningkatan penjualan menjadi sangat relevan bagi Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 untuk meningkatkan kinerjanya. Dengan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dalam penjualan serta memahami kebutuhan nasabah, perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran dan kebijakan untuk meningkatkan volume penjualannya.

Dengan demikian, melihat eksistensi pemasaran sebagai sebuah strategi dalam meningkatkan penjualan reksa dana, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang berfokus pada strategi pemasaran dan peningkatan penjualan yang dilakukan dengan meningkatkan jumlah investor dengan judul **“STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK REGION VIII / JAWA 3 SEBAGAI AGEN PENJUAL EFEK REKSA DANA (APERD)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimanakah strategi peningkatan penjualan reksa dana yang tepat untuk digunakan oleh Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 dalam memasarkan produk reksa dana.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendesain strategi pemasaran Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 dalam rangka meningkatkan penjualan produk reksa dana.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara khusus, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Bank Mandiri Region VIII / Jawa 3 dalam menentukan strategi peningkatan penjualan produk reksa dana, sedangkan secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait strategi peningkatan penjualan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang merupakan kerangka pemikiran penulis dalam penelitian ini guna mengetahui latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu dan tinjauan teori yang menjadi bahan referensi penulis dalam melakukan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data serta teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, dalam penelitian ini, objek penelitian adalah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. dan produk reksa dana yang dimilikinya.

Bab V Analisis dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil wawancara dari para informan dan hasil analisisnya.

Bab VI Simpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian, serta masukan untuk penelitian selanjutnya.