

ANALISIS PERILAKU PENABUNG DI BANK BRI CABANG SEMARANG SEBAGAI DASAR STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN

S. Martono¹

Abstrak: Masalah yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah: apakah terdapat perbedaan motif menabung, sikap penabung terhadap atribut tabungan dan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan tingkat pendapatan dan usia. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan motif menabung, sikap penabung terhadap atribut tabungan serta keputusan pemilihan tabungan berdasarkan tingkat pendapatan dan usia.

Populasi penelitian ini adalah penabung di BRI Cabang Semarang dan penentuan sampel diambil secara multistage random sampling dengan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 160 orang. Variabel penelitian mencakup (1) motif menabung, (2) sikap penabung terhadap atribut tabungan, (3) keputusan memilih tabungan. Pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara untuk data primer dan dokumentasi untuk data sekunder. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan Chi-Square (χ^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan motif dalam menabung bagi penabung yang berbeda tingkat pendapatannya, hasil perhitungan χ^2 (55,510) lebih besar dari χ^2 tabel. Penabung yang berpendapatan rendah cenderung bermotif keberuntungan, penabung berpendapatan sedang cenderung bermotif ekonomis dan penabung berpendapatan tinggi cenderung bermotif keamanan. Dari segi usia, terdapat perbedaan yang signifikan dimana $\chi^2 = 45,050$ lebih besar dari χ^2 tabel = 7,814. Penabung yang berusia muda cenderung bermotif keberuntungan sedangkan penabung usia tua cenderung bermotif keamanan. Sikap penabung terhadap atribut tabungan dan keputusan dalam memilih tabungan terbukti ada perbedaan. Penabung yang berpendapatan rendah bersikap positif terhadap atribut keberuntungan dan keputusan dalam pemilihan tabungan sesuai dengan motif yang diharapkan. Penabung yang berpendapatan sedang bersikap positif terhadap atribut ekonomis dan keputusan dalam memilih tabungan sesuai dengan atribut ekonomis. Penabung yang berpendapatan tinggi bersikap positif terhadap atribut keamanan dan keputusan dalam memilih tabungan sesuai dengan motif keamanan.

Dari hasil penelitian ini disarankan agar pihak BRI mampu mengembangkan tingkat pelayanan yang lebih baik dan lebih cepat, termasuk didalamnya penyampaian secara aktif informasi dan promosi tentang produk tabungan. Selain itu perlu juga dipikirkan

penambahan jumlah ATM yang sampai saat ini dirasakan oleh penabung masih relatif sedikit.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Perilaku Penabung

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan memiliki peran yang cukup penting dalam sistem perekonomian. Hal ini menyangkut fungsi utama kegiatan perbankan yaitu sebagai perantara keuangan, antara pihak yang surplus dana dan pihak yang membutuhkan dana. Melalui perbankan dana-dana dari masyarakat dapat dihimpun dan selanjutnya disalurkan kembali oleh bank kepada masyarakat dalam bentuk kredit.

Melihat peran perbankan dalam sistem perekonomian, maka pihak pemerintah selaku otoritas moneter melalui BI berkepentingan untuk melakukan pengaturan dan pengawasan terhadap kehidupan sektor perbankan. Tujuannya adalah agar dapat diciptakan suatu struktur industri yang kuat, stabil dan mampu beroperasi dengan kondisi yang sehat.

Iklim persaingan baru yang membawa perubahan pada sumber-sumber dana bank dan besarnya dana yang harus dibayar secara langsung akan mempengaruhi tingkat profitabilitas bank, sehingga dewasa ini dalam usaha pengerahan dana, bank harus mampu menawarkan jasa-jasa kepada nasabah yang benar-benar dibutuhkan.

Terdapat banyak sekali atribut perbankan yang dapat memicu persaingan antar bank. Suku bunga yang bervariasi terutama antara bank-bank pemerintah dan bank-bank swasta umumnya menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk memilih produk bank mana yang menguntungkan. Adanya fasilitas asuransi yang disediakan pihak bank kepada nasabah sebagai bentuk perlindungan juga merupakan pertimbangan yang cukup penting. Dikemasnya produk tabungan yang diikuti dengan undian hadiah atau yang sejenisnya dengan maksud untuk menarik nasabah baik oleh bank-bank swasta dan bank-bank pemerintah. Fasilitas on-line yang dapat dimanfaatkan sampai pada penyediaan ATM yang memberikan kemudahan bagi penabung dalam hal penarikan atau pengambilan uang tabungan hampir dilakukan oleh semua bank.

Proses pemerseroan terhadap BRI yang diresmikan tahun 1992 dimaksudkan sebagai upaya untuk memandirikan peran BRI. Diharapkan dengan bentuk persero ruang gerak BRI akan menjadi lebih bebas. Perlu diingat bahwa kondisi ini akan dapat memberikan suatu keuntungan namun dapat juga mendatangkan kerugian bila tidak dilakukan langkah-langkah antisipasi yang tepat. Untuk dapat memenangkan persaingan maka bank harus mampu membaca dan memahami keinginan-keinginan penabung, mencari peluang-peluang sasaran yang dapat ditembus dengan teknis-teknik tertentu. Untuk itu diperlukan strategi khusus dan tepat serta mempunyai keunggulan dibanding dengan bank lainnya.

Kebutuhan dan keinginan penabung atau calon penabung terhadap produk tabungan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler (1997:153) faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kebudayaan, sosial, kepribadian dan kejiwaan. Dengan mengetahui dan menganalisis faktor-faktor tersebut kiranya akan sangat membantu perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran.

Strategi pemasaran bank yang didasarkan atas alasan menabung dan atribut apa yang diharapkan dari tabungan dirasakan menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi pihak bank agar penabung tetap loyal kepada bank dan calon penabung menjadi tertarik dan memanfaatkan produk tabungan yang ditawarkan.

Perumusan Masalah

Masalah yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah:

Apakah terdapat perbedaan motif menabung berdasarkan tingkat pendapatan ?

Apakah terdapat perbedaan motif menabung berdasarkan usia penabung ?

Apakah terdapat perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan tingkat pendapatan ?

Apakah terdapat perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan usia ?

Apakah terdapat perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasar tingkat pendapatan ?

Apakah terdapat perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan usia?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

Mengetahui ada / tidaknya perbedaan motif menabung berdasarkan tingkat pendapatan ?

Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan motif menabung berdasarkan usia penabung ?

Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan tingkat pendapatan ?

Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan usia ?

Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan tingkat pendapatan ?

Mengetahui ada atau tidaknya perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan usia ?

Manfaat Penelitian

Bagi pihak bank, khususnya BRI Cabang Semarang, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat tentang apa yang sebenarnya diinginkan oleh penabung terhadap produk tabungan. Jawaban langsung dari penabung yang menjadi responden penelitian akan dapat memberikan cerminan tentang motif dan sikap penabung terhadap atribut tabungan serta pertimbangan-pertimbangan dilakukan penabung dalam memilih produk tabungan,

akan memudahkan pihak bank untuk menetapkan strategi yang tepat agar produk tabungannya benar-benar sesuai dengan keinginan penabung.

Untuk perguruan tinggi, sebagai pencetak tenaga ahli dan profesional, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan terutama yang terkait dengan perilaku konsumen (penabung), sehingga akan diperoleh kesamaan antara teori dan praktek.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat didalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Basu Swasta, 1997: 10).

Menurut Kotler (1997:152) untuk dapat memahami perilaku konsumen perlu melakukan riset konsumen untuk menjawab siapa, apa, mengapa, bagaimana, kapan dan dimana, dengan mengandalkan kerangka kerja yang dikenal dengan 7 O (Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Operations, Occasions, Outlets).

Lebih lanjut menurut Kotler (1997: 153 - 167) sekurang-kurangnya ada empat faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Kotler (1997: 170) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan membeli melalui lima tahap; pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Penghimpunan Dana

Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh bank (dalam hal ini bank umum) menurut UU No. 7/1992 tentang perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat. Dalam usaha menghimpun dana, bank harus mampu menawarkan jasanya kepada nasabah yang kira-kira dibutuhkan selain tingkat bunga yang memuaskan dan rasa aman atas dana yang dipercayakan nasabah kepada bank. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran produk perbankan yang tepat.

Sasaran pemasaran bank adalah nasabah sehingga dalam membuat dan menetapkan strategi pemasaran produk perbankan harus tetap mengacu pada kebutuhan nasabah.

Untuk dapat bersaing, saat ini perbankan harus meningkatkan program *internal marketing* dan *interactive marketing* (Sumarni, 1997: 46). Internal marketing merupakan program yang berorientasi pada upaya untuk memotivasi dan melatih petugas

dalam melayani nasabah, agar kepuasan nasabah dapat dioptimalkan. Sedangkan interactive marketing mengandung pengertian bahwa kualitas jasa yang ditawarkan oleh bank sangat tergantung pada kualitas hubungan antara petugas bank dengan nasabah.

Dana yang dihimpun oleh bank digunakan untuk membiayai operasionalisasi bank. Menurut Sinungan (1997: 84) dana bank yang digunakan untuk modal operasional bank berasal dari modal sendiri (dana pihak pertama), pinjaman dari pihak luar (dana pihak kedua), dan dana masyarakat (dana pihak ketiga). Salah satu dana dari masyarakat adalah tabungan. Tabungan diartikan sebagai simpanan dari pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.

Mobilisasi Dana Masyarakat

Besar kecilnya dana masyarakat yang dihimpun oleh bank akan dapat mempengaruhi tingkat kesehatan bank. Menurut ukuran kesehatan bank, nilai tertinggi dicapai apabila Loan to Deposit Ratio (LDR) tidak lebih dari 85 % (Sumarni, 1997: 126). Ini berarti semakin tinggi dana masyarakat yang dapat dihimpun maka semakin besar dana yang dapat dipinjamkan.

Sebenarnya perbankan akan mempertemukan kepentingan dua pihak yaitu pemilik dana dan dunia bisnis. Dengan demikian keduanya berfungsi sebagai *market maker*. Pemilik dana baik pemerintah maupun swasta yang tidak ingin melakukan investasi langsung ke sektor riil atau jasa dapat melakukan investasi tidak langsung melalui perbankan.

Strategi Pemasaran Bank

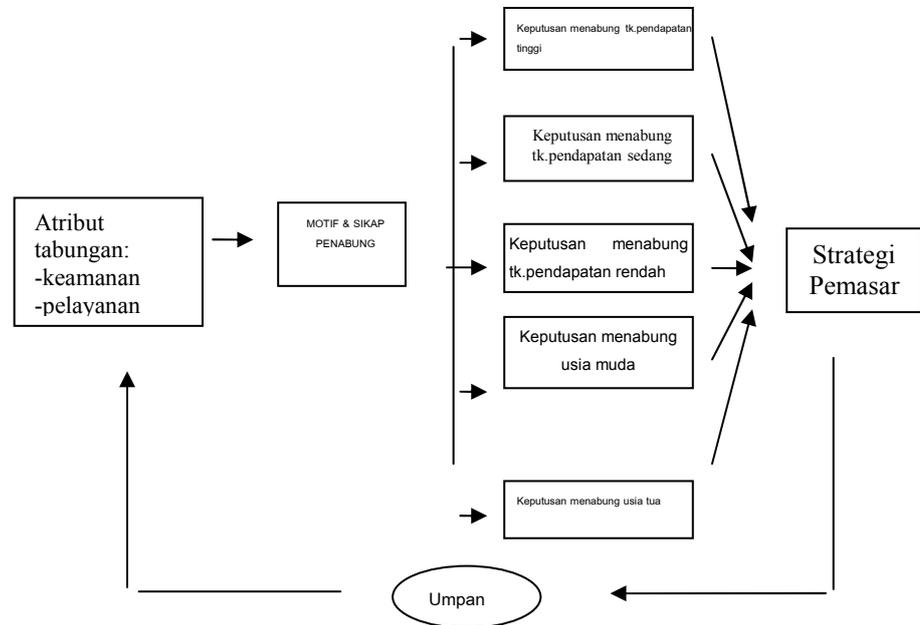
Strategi pemasaran bank harus diprogram dengan baik dan dapat menguntungkan kedua belah pihak. Bagi nasabah bank diharapkan akan memperoleh pelayanan yang memuaskan sehingga menimbulkan kesan semakin dibutuhkan oleh pihak bank yang pada akhirnya akan semakin bersemangat untuk memanfaatkan jasa perbankan.

Sasaran pemasaran bank adalah nasabah sehingga dalam membuat dan menetapkan strategi pemasaran produk perbankan harus tetap mengacuk pada kebutuhan nasabah. Strategi pemasaran bank adalah keputusan terpadu dengan mempertimbangkan faktor lingkungan, sikap, budaya, peraturan pemerintah, sumber-sumber kebijakan dan peraturan-peraturan di daerah operasi.

Strategi pemasaran bank dalam satu jangka waktu tertentu harus dapat menjawab perubahan-perubahan yang terjadi terutama pada keadaan nasabah baik perubahan yang bersifat internal maupun eksternal.

Kerangka Konseptual

Secara skematis keterkaitan tingkat pendapatan dan usia dengan motif, sikap dan keputusan pemilihan tabungan serta kaitannya dengan strategi pemasaran dapat disimak berikut ini:



100

Hipotesis

Sesuai dengan masalah dan teori yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan adalah :

Terdapat perbedaan motif menabung berdasarkan tingkat pendapatan penabung.

Terdapat perbedaan motif menabung berdasarkan usia penabung.

Terdapat perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan tingkat pendapatan.

Terdapat perbedaan sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan usia.

Terdapat perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan tingkat pendapatan penabung.

Terdapat perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan usia penabung.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah penabung di bank BRI Cabang Semarang. Sampel diambil sebagian dari populasi dengan teknik multistage (multistage random sampling), jumlah sampel ditetapkan sebanyak 160 orang dengan pertimbangan keterbatasan waktu. Waktu pengambilan sampel ditetapkan menjadi dua yaitu waktu tanggal muda dan tanggal tua dengan asumsi bahwa pada tanggal-tanggal muda terdapat kecenderungan untuk menabung dan pada tanggal-tanggal tua ada kecenderungan untuk mengambil tabungan. Untuk tanggal muda ditetapkan tanggal 25 - 10, sedangkan tanggal tua ditetapkan

tanggal 11 - 24. Penetapan responden secara accidental, artinya pengambilan responden ditetapkan pada saat mereka kebetulan menabung dan/atau mengambil tabungan pada tanggal-tanggal yang telah ditetapkan tersebut.

Variabel Penelitian

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini meliputi; Motif menabung, Sikap penabung terhadap atribut tabungan, Keputusan dalam memilih tabungan. Variabel-variabel tersebut akan dilihat dan dianalisis tingkat perbedaannya berdasarkan tingkat pendapatan (rendah, sedang dan tinggi) serta perbedaan berdasarkan usia (muda dan tua). Semua variabel merupakan variabel bebas.

Motif menabung adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan menabung. Motif-motif menabung mencakup; (1) *Keamanan*, yaitu tingkat bonafiditas bank, yang dapat memberikan rasa aman terhadap produk tabungan. Indikator motif keamanan mencakup; ketentuan ada atau tidaknya batasan jumlah penarikan, (2) *Pelayanan*, yaitu fasilitas yang diberikan oleh bank berupa kemudahan-kemudahan dalam menyeter maupun menarik atau mengambil tabungan. Indikator motif pelayanan mencakup; tingkat kecepatan pelayanan baik pada saat menabung maupun mengambil tabungan, lokasi bank yang mudah dijangkau baik dengan angkutan umum maupun pribadi, (3) *Ekonomis*, yaitu manfaat secara ekonomis yang diberikan oleh bank kepada penabung. Indikatornya mencakup; tingkat suku bunga yang diberlakukan, periode perhitungan bunga, (4) *Keuntungan*, yaitu nilai tambah yang dapat diperoleh oleh penabung sebagai unsur spekulasi. Indikatornya mencakup; hadiah yang kemungkinan bisa diperoleh baik berupa uang maupun barang.

Sikap penabung, yaitu tanggapan atau reaksi penabung terhadap atribut-atribut tabungan, meliputi pernyataan setuju, ragu-ragu dan tidak setuju.

Keputusan memilih tabungan, yaitu ketetapan dan kesungguhan penabung dalam memilih jenis atau produk tabungan yang ditawarkan oleh bank, meliputi pernah atau tidaknya memutuskan pindah ke produk tabungan lain, tingkat kesesuaian motif dan atribut tabungan dengan produk tabungan yang dimiliki penabung.

Metode Pengumpulan Data

Semua data yang diperlukan terkait dengan motif menabung, sikap penabung terhadap atribut tabungan dan keputusan memilih tabungan, dikumpulkan dengan menggunakan angket dan wawancara secara langsung kepada responden yang melakukan aktivitas baik menabung maupun mengambil tabungan pada waktu dilakukan penelitian. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari kantor BI Cabang Semarang, Kanwil BRI Semarang dan kantor BRI Cabang Semarang.

Jenis dan Sumber Data

Untuk mengungkap motif menabung, sikap penabung terhadap atribut tabungan dan keputusan untuk memilih produk tabungan, menggunakan sumber data primer dari responden. Sedangkan untuk mengetahui kondisi perbankan khususnya yang terkait dengan jumlah nasabah dan tabungan menggunakan sumber data sekunder dari Bank Indonesia Cabang Semarang, Kanwil BRI Semarang dan Kantor BRI Cabang Semarang.

Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Chi-Square (χ^2). Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan tabel silang untuk melihat perbedaan yang terjadi diantara kelompok responden dengan model tabel kontingensi.

Validitas dan Reliabilitas instrumen

Untuk mendapatkan instrumen yang valid dan reliabel, dalam penelitian menggunakan dua pendekatan. Pertama, instrumen diusahakan untuk disusun berdasarkan definisi operasional variabel yang kemudian dijabarkan dalam faktor dan indikator. Penyusunan instrumen ini dilakukan dengan sangat cermat sehingga diharapkan akan mendapatkan validitas dan reliabilitas yang memadai. Reliabilitas yang akan dipakai adalah reliabilitas Alpha. Kedua, mengkonsultasikan instrumen yang telah disusun kepada para ahli (konsultan).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Produk BRI

Ada beberapa produk yang ditawarkan BRI Cabang Semarang meliputi :

Simpanan, mencakup; Giro, Deposito berjangka, Tabungan (TabanasBRI, Simaskot, Smartbri dan Simpedes)

Kredit, meliputi; Kretap (kredit untuk pegawai berpenghasilan tetap), Kretun (kredit untuk pensiunan), Pinjaman rekening koran, Kresna (kredit serba guna), Kupedes (kredit umum pedesaan)

Jasa bank lainnya, meliputi; Transfer, Inkaso, Kliring, Cepebri, Ekspor, Impor, Invisibel, penerimaan setoran lainnya, seperti setoran pajak, setoran PBB, setoran tilang, setoran UT dan setoran ONH. (Sumber: BRI Kanca Semarang, 1999)

Karakteristik Responen

Mayoritas responden berpendidikan SLTA baik dari kelompok usia muda maupun kelompok usia tua. Dilihat dari tingkat pendapatan, berdasarkan hasil penelitian yang diklasifikasikan menjadi 3 yaitu pendapatan rendah, pendapatan sedang dan pendapatan tinggi. Tampak bahwa pada kelompok penabung yang masih sekolah atau mahasiswa mempunyai tingkat pendapatan tinggi.

Mengenai jumlah produk tabungan yang dimiliki mayoritas responden mempunyai satu jenis produk tabungan, namun perlu juga disimak adanya responden yang tingkat pendapatannya rendah mempunyai lebih dari dua produk tabungan. Untuk kelompok responden pada tingkat pendapatan tinggi terdapat kecenderungan mempunyai produk tabungan sebanyak 2 atau lebih.

Mengenai frekuensi penyetoran maupun pengambilan tabungan dalam satu bulan yang biasa dilakukan oleh penabung tampak bahwa pada tingkat pendapatan rendah ada yang melakukan aktivitas penyetoran dan/atau pengambilan lebih dari dua kali. Jika dilihat dari usia penabung, diketahui bahwa sebenarnya tidak ada yang berbeda dengan tingkat pendapatan responden. Dari kelompok usia muda maupun tua mempunyai kecenderungan untuk menabung dan/atau mengambil tabungan sebulan sekali, walaupun ada yang melakukan aktivitas penyetoran maupun penarikan lebih dari dua kali dalam satu bulan.

Tanggapan Responden Tentang Masing-masing Motif Menabung

Penabung yang tingkat pendapatannya tergolong tinggi justru menganggap motif keamanan merupakan pilihan pertama. Dari segi usia untuk kelompok usia tua menganggap motif keamanan sangat penting. Untuk tanggapan tentang motif pelayanan dilihat dari tingkat pendapatan penabung, tampak bahwa kelompok penabung yang tingkat pendapatannya sedang cenderung mengutamakan pelayanan. Untuk kelompok usia muda menganggap motif pelayanan menjadi pertimbangan utama dalam menabung. Mengenai tanggapan penabung tentang motif ekonomis, penabung yang termasuk kategori tingkat pendapatannya sedang menganggap bahwa motif ekonomis berupa bunga tabungan dan periode perhitungan bunga menjadi pertimbangan yang utama. Dilihat dari usia penabung, tampak bahwa mayoritas responden yang berusia muda menganggap motif ekonomis sangat penting dalam menabung. Tanggapan penabung tentang motif keberuntungan, tampak bahwa penabung yang tingkat pendapatannya rendah menganggap motif keberuntungan sangat penting dalam memilih tabungan. Dilihat dari usia penabung, tampak bahwa kelompok penabung yang berusia muda menganggap motif keberuntungan sangat penting.

Motif menabung yang paling dominan untuk kelompok penabung yang tingkat pendapatannya rendah lebih dominan pada motif keberuntungan. Kelompok penabung yang tingkat pendapatannya sedang lebih dominan pada motif ekonomis, sedangkan untuk kelompok penabung yang tingkat pendapatannya tinggi lebih dominan pada motif keamanan. Berdasarkan usia tampak bahwa kelompok penabung usia muda lebih dominan pada motif keberuntungan, untuk kelompok usia tua lebih dominan pada motif keamanan.

Sikap Penabung Terhadap Atribut Tabungan

Dilihat dari tingkat pendapatan, penabung yang tingkat pendapatannya tinggi bersikap positif terhadap atribut keamanan. Dilihat dari usia penabung tampak bahwa kelompok penabung yang berusia tua lebih bersikap positif terhadap atribut keamanan.

Mengenai atribut pelayanan, untuk kelompok penabung yang tingkat pendapatannya sedang mempunyai sikap positif terhadap atribut pelayanan. Dilihat dari usia, untuk kelompok penabung usia tua relatif lebih bersikap positif terhadap atribut pelayanan. Mengenai atribut ekonomis terlihat bahwa kelompok penabung yang tingkat pendapatannya sedang lebih bersikap positif terhadap atribut ekonomis. Dari segi usia, mayoritas penabung bersikap positif terhadap atribut ekonomis adalah kelompok usia muda.

Mengenai atribut keberuntungan, secara umum penabung merasa ragu-ragu terhadap atribut keberuntungan. Jika dilihat dari kelompok usia, untuk kelompok usia muda mempunyai sikap yang positif terhadap atribut keberuntungan.

Keputusan Pemilihan Produk Tabungan

Secara umum penabung pernah pindah dari produk tabungan yang satu ke tabungan yang lain. Umumnya mereka pindah dari bank swasta yang akhir-akhir ini terkena dampak krisis moneter. Sedangkan untuk yang tingkat pendapatannya rendah relatif tidak pernah pindah. Jika dilihat dari usia, tampak bahwa kelompok usia tua mengaku pernah pindah atau ganti produk tabungan. Mengenai keputusan untuk menabung dan keputusan untuk pindah dari produk tabungan yang satu ke produk tabungan lainnya, sangat dipengaruhi oleh informasi yang diterima penabung mengenai produk tabungan. Untuk tingkat pendapatan rendah dan sedang, umumnya mereka memperoleh informasi tentang tabungan yang saat ini dimiliki berasal dari iklan. Sedangkan untuk kelompok penabung yang tingkat pendapatannya tinggi cenderung memperoleh informasi dari lingkungan keluarga sendiri. Dilihat dari usia tampak bahwa untuk kelompok penabung yang berusia muda mengaku bahwa informasi yang diperoleh tentang tabungan berasal dari iklan.

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama penabung dalam memutuskan untuk memilih produk tabungan untuk penabung yang tingkat pendapatannya rendah cenderung mempertimbangkan faktor keberuntungan/hadiah, untuk kelompok penabung yang tingkat pendapatannya tinggi lebih mempertimbangkan faktor, untuk penabung yang tingkat pendapatannya sedang cenderung mempertimbangkan faktor ekonomis. Dilihat dari kelompok usia penabung tampak bahwa untuk penabung muda lebih cenderung mempertimbangkan faktor keberuntungan/hadiah, untuk penabung yang usianya tua cenderung mempertimbangkan faktor keamanan.

Untuk melakukan analisis data, digunakan program komputer Microstat. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5 % ($\alpha = 0,05$), sehingga berturut-turut diperoleh hasil sebagai berikut:

Untuk menguji hipotesis 1, dengan d.f = 6 diperoleh χ^2 tabel = 12,581. Jika χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel maka H_0 ditolak. Melihat hasil perhitungan diperoleh χ^2 hitung = 55,51. Karena χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel maka H_0 **ditolak**, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan tentang motif menabung dilihat dari tingkat pendapatan.

Untuk menguji hipotesis 2, dengan d.f = 3 diperoleh χ^2 tabel = 7,814. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh χ^2 hitung = 45,050. Karena χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel maka H_0 **ditolak**, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan tentang motif menabung dilihat dari usia penabung.

Untuk menguji hipotesis 3, terkait dengan sikap penabung berdasarkan tingkat pendapatan terhadap atribut keamanan diperoleh χ^2 hitung = 21,285, atribut pelayanan χ^2 hitung = 21,948, atribut ekonomis χ^2 hitung = 22,490 dan atribut keberuntungan diperoleh χ^2 hitung = 51,149. Dengan d.f = 4 diperoleh χ^2 tabel = 9,487 dan ternyata hasil perhitungan tersebut terlihat bahwa semua χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel sehingga H_0 **ditolak**.

Untuk menguji hipotesis 4, terkait dengan sikap penabung berdasarkan usia terhadap atribut keamanan diperoleh χ^2 hitung = 16,590, atribut pelayanan χ^2 hitung = 12,380, atribut ekonomis χ^2 hitung = 17,214 dan atribut keberuntungan diperoleh χ^2 hitung = 14,998. Dengan d.f = 2 diperoleh χ^2 tabel = 5,991 dan ternyata hasil perhitungannya terlihat bahwa semua χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel sehingga H_0 **ditolak**.

Untuk menguji hipotesis 5, dengan d.f = 6 diperoleh χ^2 tabel = 12,581. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh χ^2 hitung = 35,992. Karena χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel maka H_0 **ditolak**, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan tentang keputusan dalam memilih tabungan dilihat dari tingkat pendapatan.

Untuk menguji hipotesis 6, dengan d.f = 3 diperoleh χ^2 tabel = 7,814. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh χ^2 hitung = 17,199. Karena χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel maka H_0 **ditolak**, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan tentang keputusan dalam memilih tabungan dilihat dari usia penabung.

Setelah terbukti bahwa semua χ^2 hitung $> \chi^2$ tabel, maka langkah selanjutnya perlu mencari koefisien korelasi kontingensi. Dari perhitungan diperoleh hasil yang kemudian dikonsultasikan dengan tabel interpretasi korelasi dan hasilnya berada pada kisaran interpretasi rendah dan sangat rendah.

Pembahasan

Dilihat dari tingkat pendapatan menunjukkan adanya perbedaan antara penabung yang tingkat pendapatannya rendah, sedang dan tinggi. Perbedaan ini diperkuat juga dengan hasil analisis dan pembuktian hipotesis dimana hasil perhitungan lebih besar dibandingkan dengan Tabel, berarti terdapat perbedaan motif menabung berdasarkan tingkat pendapatan. Untuk penabung yang

tingkat pendapatannya tinggi lebih cenderung memilih motif keamanan. Mereka beranggapan bahwa menabung di bank pemerintah (termasuk BRI) relatif lebih aman dibandingkan dengan menabung di bank swasta. Dalam menabung yang terpenting adalah uang yang ditabung aman dan sewaktu-waktu dapat diambil. Pilihan motif keamanan jatuh di BRI karena mereka menganggap bahwa BRI sampai saat ini masih dalam kategori baik, bahkan ditunjuk sebagai salah satu pendamping bank-bank yang kurang sehat.

Dilihat dari usia, berdasarkan hasil pembuktian hipotesis tampak bahwa terdapat perbedaan motif menabung untuk kelompok usia muda dan usia tua. Motif yang paling dominan untuk penabung usia adalah motif keberuntungan yang berarti ada kesamaan motif menabung dengan penabung yang tingkat pendapatannya rendah. Demikian juga dengan motif ekonomis jika dibandingkan dengan motif keamanan dan motif pelayanan, mereka cenderung lebih memilih motif ekonomis. Namun demikian secara global jika dilihat dari masing-masing motif menabung nampaknya mereka tidak menyangkal bahwa dengan menabung di bank akan memperoleh manfaat secara ekonomis yaitu bunga dari tabungan. Umumnya mereka tahu bahwa tabungan yang dipilih memberikan bunga.

Secara umum penabung setuju dengan atribut keamanan, dan atribut pelayanan cenderung lebih diminati oleh penabung yang tingkat pendapatannya sedang. Atribut yang tidak kalah menariknya adalah suku bunga. Mereka menyadari bahwa uang tabungannya "hanya sedikit" sehingga dengan ditabung akan menjadi bertambah, walaupun tingkat pertambahannya tidak sebanyak deposito. Penabung kelompok usia muda relatif lebih setuju pada atribut ekonomis dibanding kelompok usia tua karena berdasarkan motifnya kelompok usia tua lebih memilih keamanan dibanding ekonomis.

Hadiah yang disediakan oleh pihak bank kepada para penabung jumlahnya relatif cukup besar dan jika diamati sebagian besar produk tabungan rata-rata memberikan hadiah atau bonus. Umumnya mereka beranggapan bahwa hadiah yang dijanjikan oleh pihak bank bukanlah alasan mereka menabung. Mereka melihat hadiah sebagai pelengkap tabungan saja.

Dalam situasi krisis seperti sekarang ini informasi memang cukup berperan termasuk informasi tentang sehat atau tidaknya suatu bank sehingga penabung menjadi jelas status uang tabungannya. Jika dirasakan kurang aman mereka dapat menarik tabungan dan dapat dipindahkan ke bank lain. Sebenarnya pihak bank dapat memanfaatkan media informasi untuk menjelaskan keadaan bank saat ini, misalnya dengan iklan yang terbukti menjadi sumber informasi yang paling dominan. Dapat juga dengan meningkatkan kualitas pelayanan, yang dirasakan saat ini khususnya di bank-bank pemerintah belum dilakukan secara optimal. Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pemilihan tabungan nampaknya tidak jauh berbeda dengan motif menabungnya. Untuk kelompok penabung yang tingkat

pendapatannya rendah lebih dipengaruhi oleh faktor keberuntungan, sedangkan yang tingkat pendapatannya tinggi lebih memilih tabungan karena faktor keamanan.

Memperhatikan hasil penelitian seperti telah disampaikan pada bagian awal, tampaknya terdapat beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh BRI. Strategi tersebut dapat dikaitkan dengan tingkat pendapatan maupun usia. Dari tingkat pendapatan misalnya, tampak sekali perbedaannya antara penabung yang tingkat pendapatannya rendah, pendapatan sedang maupun tinggi. Untuk itu pihak bank dapat melakukan segmentasi produk yaitu menyajikan karakteristik yang relatif menonjol dibandingkan dengan produk perbankan lainnya. Memilih segmen penabung yang berpendapatan rendah berarti pihak bank harus selalu mengupayakan daya tarik hadiah sebagai faktor keberuntungan penabung agar tidak mengalami kejenuhan. Jika memilih segmen penabung yang berpendapatan sedang maka pihak bank harus mampu menawarkan dan memberikan bunga tabungan sebagai faktor ekonomis yang relatif dapat bersaing dengan produk lainnya. Jika memilih segmen penabung yang tingkat pendapatannya tinggi maka bank harus mampu menjamin tingkat keamanan tabungan mengingat pilihan dan keputusan penabung yang tingkat pendapatannya tinggi dikarenakan adanya faktor keamanan. BRI masih dipandang sebagai bank yang relatif aman untuk jenis tabungan karena sampai saat ini belum pernah ada pembatasan pengambilan baik dari jumlah maupun intensitasnya. Keamanan yang ditawarkan mencakup kemudahannya dalam mengambil dan menyetorkan uang tabungan tanpa harus melengkapi syarat-syarat tertentu, bahkan telah disediakan ATM walaupun dari segi kuantitas dirasakan relatif masih kurang.

Sampai saat ini tampaknya pihak bank (BRI) lebih memilih dan menonjolkan faktor keamanan saja dalam menawarkan produknya. Padahal masih terdapat faktor lain yang seharusnya menjadi bahan pertimbangan. Faktor pelayanan misalnya, sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dimana kelangsungan hidupnya sangat tergantung dengan "dana masyarakat" maka sudah sewajarnya apabila memberikan pelayanan yang baik kepada para penabung atau calon penabung. Kesan baik yang diterima penabung akan lebih memperkuat loyalitas penabung pada bank dan pada akhirnya kondisi ini akan menguntungkan bagi pihak bank.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Terdapat perbedaan motif menabung antara penabung yang tingkat pendapatannya rendah, sedang dan tinggi. Demikian juga dengan kelompok usia penabung.

Sikap penabung terhadap atribut tabungan menunjukkan adanya perbedaan berdasarkan tingkat pendapatan. Penabung yang tingkat pendapatannya rendah lebih bersikap positif terhadap atribut keberuntungan, penabung yang tingkat pendapatannya sedang lebih bersikap positif terhadap atribut ekonomis dan

penabung yang tingkat pendapatannya tinggi lebih bersikap positif terhadap atribut keamanan.

Sikap penabung terhadap atribut tabungan berdasarkan usia tampak adanya perbedaan antara penabung yang berusia muda dan penabung yang berusia tua. Kelompok penabung yang berusia muda lebih bersikap positif terhadap atribut keamanan, sedangkan kelompok penabung yang berusia tua lebih bersikap positif terhadap atribut keamanan.

Terdapat perbedaan keputusan pemilihan tabungan berdasarkan tingkat pendapatan. Penabung yang tingkat pendapatannya rendah memutuskan untuk memilih produk tabungan yang diikuti sekarang karena faktor keberuntungan, penabung yang tingkat pendapatannya sedang cenderung memutuskan untuk memilih produk tabungan karena faktor ekonomis dan penabung yang tingkat pendapatannya tinggi lebih ditekankan pada faktor keamanan.

Berdasarkan usia, penabung yang berusia muda lebih cenderung memutuskan untuk memilih produk tabungan karena faktor keberuntungan sedangkan penabung yang berusia tua cenderung memutuskan untuk memilih produk tabungan karena faktor keamanan.

Mayoritas responden memiliki dua atau lebih dari produk tabungan baik dilihat dari tingkat pendapatan maupun usia.

Hasil koefisien korelasi kontingensi yang rata-rata rendah menunjukkan bahwa perilaku penabung dapat dikatakan tidak terpola.

Saran

Produk tabungan yang ditawarkan kepada masyarakat hendaknya merupakan tabungan yang mempunyai nilai lebih jika dibandingkan dengan produk tabungan yang dikeluarkan bank lain. Nilai lebih yang dapat disajikan bisa berupa tingkat pelayanan yang lebih baik dan lebih cepat.

Perlu menyampaikan informasi secara lengkap dan teratur tentang suku bunga yang diberlakukan sehingga para penabung mengetahui perubahan-perubahan suku bunga tabungan. Dengan demikian pihak bank telah memberikan kebebasan kepada pihak penabung (terutama bagi penabung pemula) untuk memilih produk tabungan mana yang akan diikuti.

Terdapat kesan bahwa bank BRI masih kurang aktif dalam melakukan promosi baik menggunakan media cetak maupun elektronik. Untuk itu perlu kiranya kegiatan promosi dilakukan dengan lebih aktif misalnya pada waktu penarikan undian bekerja sama dengan salah satu stasiun televisi sehingga pelaksanaan undian dapat dilihat dan diikuti secara langsung.

Perlu dipikirkan tentang kemudahan dalam penarikan dengan menggunakan ATM mengingat sampai saat ini jumlah ATM BRI relatif masih sedikit dan dari jumlah yang sedikit itupun lokasinya relatif hanya disekitar lingkungan kantor cabang. Penambahan ini didasarkan atas kenyataan bahwa sebagian besar bank

menawarkan kemudahan dengan ATM, utamanya bank-bank swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, 1984, *Azas Azas Marketing*, Liberty: Yogyakarta
- , 1997, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi pertama, BPFE: Yogyakarta
- BRI, 1995, *Seratus Tahun BRI 1895 - 1995*, Humas PT. BRI (Persero): Jakarta.
- Douglas, Evan James, 1992, *Managerial Economics Analysis and Strategy*, 4th edition, Prentice-Hall Inc.: New Jersey.
- Dahlan Siamat, 1993, *Manajemen Bank Umum*, Cetakan Pertama, Intermedia: Jakarta.
- Engel, JF, 1994, *Consumer Behavior* (terjemahan Budiyono), Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Hasibuan, Malahayu SP, 1996, *Manajemen Perbankan Dasar dan Kunci Keberhasilan Perekonomian*, PT. Gunung Agung: Jakarta.
- Kotler, P., 1997, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementatioon and Control*, 9th edition (terjemahan Hendra Teguh, dkk), Prentice-Hall Inc.: New Jersey.
- Porter, Michael E, 1992, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri Pesaing* (terjemahan Agus Maulana), Erlangga: Jakarta.
- Soediyono Reksoprayitno, 1992, *Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Bank Umum Penerapannya di Indonesia*, ed. Pertama, BPFE: Yogyakarta.
- Sinungan, M, 1993, *Manajemen Dana Bank*, ed. 2, Bumi aksara: Jakarta