

Analisis motivasi menabung nasabah britama di kantor wilayah pt bank rakyat indonesia (persero) Jakarta

Joko Basuki Rahmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461268&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan bisnis perbankan, menuntut manajemen bank untuk terus meningkatkan daya saingnya. Dalam fungsinya sebagai badan usaha yang mengumpulkan dana dari pihak yang memiliki surplus dana, maka bank harus dapat meyakinkan kepada nasabahnya bahwa dana yang disimpan tersebut aman, dapat diambil sewaktu-waktu, serta memberikan bunga yang menarik. Selama tahun 2002, perbankan terus menghimpun dana sehingga terjadi kelebihan likuiditas.

Produk tabungan mengalami titik jenuh terlihat dari pertumbuhannya yang relatif kecil, yaitu hanya 3,03%. Kecilnya pertumbuhan tabungan dipengaruhi oleh penurunan suku bunga perbankan, inovasi produk reksadana yang memberikan yield yang semakin menarik, kelebihan likuiditas, makin seragamnya pendekatan bank dalam merebut dana dengan hadiah besar, serta sektor riil yang mulai tumbuh.

Perkembangan BritAma, menunjukkan kecenderungan penurunan prosentase tingkat pertumbuhan tabungan, meskipun jumlah tabungan mengalami kenaikan. Beberapa penelitian yang dilakukan, seperti penelitian Barir (1999) dan Sardjono (2001) menunjukkan bahwa pertumbuhan pangsa pasar BritAma cenderung menurun dan lebih rendah dibandingkan bank pesaing.

Menurut hasil penelitian MARS (1997) terdapat tiga masalah utama yang dihadapi Bank BRI, yaitu fasilitas, pelayanan, dan suku bunga. Keengganan memiliki rekening di Bank BRI didominasi oleh ketiga faktor tersebut. Permasalahan menarik yang muncul adalah motivasi apakah yang mendorong nasabah dalam memutuskan pilihannya menabung pada tabungan BritAma di Bank BRI.

Karya akhir ini mempunyai tiga tujuan utama, yaitu mengidentifikasi dan menganalisis motivasi nasabah dalam menabung pada produk tabungan BritAma, mengetahui atribut-atribut dan layanan produk tabungan BritAma yang paling berpengaruh terhadap motivasi nasabah, dan mengetahui hubungan antara tingkat motivasi nasabah BritAma dengan jumlah rata-rata saldo tabungan BritAma. Tujuan penelitian ini didasari pemikiran bahwa pemahaman terhadap karakteristik nasabah merupakan landasan utama dalam melakukan strategi segmentasi, pasar sasaran, dan positioning.

Hasil penelitian dalam karya akhir ini menunjukkan bahwa nasabah BritAma memiliki motivasi yang kuat. Sebagian besar (58,1 %), motivasi nasabah BritAma dapat dikategorikan kuat (49,5%) dan sangat kuat (8,6%). Selain itu, penelitian ini memperoleh hasil bahwa tingkat kebutuhan dan keinginan nasabah

BritAma (Valence) terhadap atribut dan pelayanan tabungan BritAma lebih besar dibandingkan dengan pengalaman dan harapan kepuasan pelayanan yang diterima (Expectancy). Hal ini menunjukkan adanya indikasi potensi ketidakpuasan nasabah terhadap produk tabungan BritAma.

Selanjutnya, dapat dikatakan bahwa tingkat motivasi nasabah BritAma sekitar 76,24% dapat dijelaskan oleh 12 faktor, yaitu : pelayanan profesional, fasilitas ATM, jaringan luas dan sistem online, reputasi, desain buku tabungan, suku bunga, kebijakan tabungan, promosi, mobile banking, kenyamanan, biaya murah, dan image Bank BRI. Sedangkan faktor yang berperan besar dalam mempengaruhi tingkat motivasi nasabah adalah faktor pelayanan profesional (39,78%), fasilitas ATM (7,38%), sertajaringan luas dan sistem online (5,38%).

Kemudian, untuk memenuhi tujuan ketiga dalam penelitian ini dilakukan analisis korelasi yang menghasilkan temuan bahwa terdapat korelasi yang signifikan pada taraf signifikansi 10% antara tingkat motivasi menabung nasabah BritAma dengan jumlah rata-rata saldo tabungan BritAma. Angka korelasi -0,152 menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi menabung nasabah BritAma, maka semakin rendah jumlah rata-rata saldo tabungan BritAma. Namun, hubungan tersebut dapat dikatakan tidak kuat atau lemah. Temuan ini mengindikasikan bahwa potensi ketidakpuasan nasabah BritAma (valence > expectancy) dapat mengakibatkan kecenderungan menurunnya saldo tabungan BritAma.

Selain itu, dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa keputusan pemilihan suatu bank terutama didorong oleh alasan kepraktisan, kemudahan, efisiensi, dan kebutuhan yang berbeda-beda. Aktivitas transaksi yang tinggi pada tabungan BritAma disebabkan faktor kemudahan, lokasi bank yang dekat, dan jaringan ATM banyak. Sedangkan alasan utama pilihan bank dengan saldo tabungan terbesar adalah jaminan keamanan, kemudahan transaksi, dan lokasi yang dekat. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan bank didorong oleh faktor-faktor kemudahan transaksi, akses yang mudah, dan dukungan ATM yang banyak.

Strategi perluasan segmen pasar BritAma pada kelompok usia < 40 tahun, nampak cukup berhasil dilihat dari adanya pergeseran usia yang cukup berarti dari kebanyakan berusia 40 ke atas menjadi didominasi usia 26-35 tahun (29,5%) dan 36-45 tahun (23,8%), bahkan ada kecenderungan peningkatan kelompok usia 16-25 tahun (21 %).

Sementara itu, dilihat dari tingkat sosial ekonomi dan pendidikan tidak menunjukkan indikasi adanya perubahan yang berarti karena masih didominasi golongan menengah ke bawah dan tingkat pendidikan SLTA ke bawah. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa komposisi terbesar nasabah BritAma merupakan kelompok dewasa muda, pendidikan SLTA, tingkat sosial ekonomi menengah bawah, mempunyai motivasi kuat, dan memiliki rekening tunggal.

Temuan ini memberikan beberapa implikasi. Bagi manajemen Bank BRI, strategi perluasan segmen pasar perlu dipertajam lagi dengan upaya lebih memahami karakteristik nasabahnya atau tetap fokus pada segmen pasar yang dilayani saat ini dengan meningkatkan pelayanan yang lebih profesional, memperbaiki atau menambah fasilitas tabungan, serta memperluas jaringan dan sistem online. Kemudian bagi peneliti, merupakan tantangan untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor lain yang mempengaruhi tingginya tingkat

rata-rata saldo tabungan.