

STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH TABUNGAN BERJANGKA PADA BANK PRIMA MASTER SURABAYA

Marchienli Dwi Triana Dewi Santoso^{1*}

¹Universitas Widya Kartika

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Bank Prima Master Surabaya. Data dalam penelitian ini diperoleh dari 10 nasabah Bank Prima Master yang memiliki rekening tabungan berjangka dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, serta observasi dan dokumentasi yang diolah menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank Surabaya adalah kepuasan pelayanan, kepercayaan, suku bunga, hadiah dan cash-back, serta pembebasan biaya administrasi. Aspek-aspek tersebut diketahui dapat mempengaruhi bagaimana responden bertindak, berpikir, dan memutuskan bagaimana berperilaku dalam memilih tabungan berjangka pada Bank Prima Master Surabaya.

Kata Kunci: perilaku konsumen, tabungan berjangka

Abstract

The purpose of this study is to determine consumer behavior and the factors that influence consumer behavior in choosing term savings at Prima Master Bank Surabaya. The data in this study were obtained from 10 Prima Master Bank's consumers who have a term savings account that using the purposive sampling method. Data collection techniques in the form of in-depht interview, as well as obervation and documentation are processed using descriptive qualitative analysis. The result of this study showed that the variables that influence consumer behavior in choosing term savings at Prima Master Bank Surabaya are service satisfaction, trust, interest rates, gifts, sach-back, ang administrative fee waivers. These aspects are known to influence how respondents act, think, and decicde ho to behave in choosing term savings at Prima Master Bank Surabaya.

Keywords: consumer behaviour, term saving

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi sekarang ini, persaingan usaha di Indonesia semakin ketat akibat keterbukaan pasar ditambah dengan adanya perdagangan bebas antar negara-negara Asean (MEA). Perbankan merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki persaingan sangat ketat. Bank merupakan salah satu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk

fasilitas pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan. Menghimpun dana merupakan pengumpulan dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito. Saat ini, sejumlah bank tengah berupaya untuk mendorong pertumbuhan asio dana murah atau *current account and saving account* (CASA). Langkah ini dilakukan agar biaya dana atau *cost of fund* (CoF) masing-masing bank dapat ditekan sehingga tingkat suku bunga kredit dapat dijaga stabil di tengah tren kenaikan suku bunga. Selain itu, perbankan juga bisa mendapatkan *margin*

^{*})Penulis Korespondensi

keuntungan yang lebih baik. Bank gencar menarik minat nasabah agar menabung karena bank memiliki tugas mengelola dana dari sebagian orang yang memiliki kelebihan uang.

Salah satu produk dana murah perbankan yaitu tabungan berjangka. Tabungan berjangka merupakan tabungan yang mewajibkan nasabah untuk menyimpan uang dengan nominal tertentu setiap bulannya selama jangka waktu tertentu. Berbagai bank menawarkan keunggulan produk tabungan berjangka. Mulai dari suku bunga tabungan yang tinggi, setoran bulanan yang cukup ringan, jangka waktu yang fleksibel, pembebasan biaya admin, pemberian hadiah langung, sampai dengan mendapat asuransi jiwa untuk kenyamanan nasabah.

Produk terbaru yang diluncurkan PT. Prima Master Bank tahun 2018 kemarin adalah tabungan berjangka. Tabungan berjangka yang dikeluarkan oleh PT. Prima Master Bank adalah rekening tabungan yang mewajibkan nasabahnya untuk menyimpan uang atau menyetorkan uangnya ke rekening tabungan yang dimiliki sejumlah tertentu sesuai dengan tipe tabungan berjangka yang dipilih selama periode satu tahun. Rekening tersebut tidak dikenakan biaya administrasi dan biaya penutupan rekening saat rekening jatuh tempo selama satu tahun. Jangka waktu setoran bulanan adalah sampai dengan tanggal 10 setiap bulannya. Nasabah akan dikenakan *penalty* sebesar *cash back* yang diberikan apabila tidak menyetorkan selama jangka waktu yang telah disepakati dan Prima Master Bank dapat secara sepihak mengubah tabungan berjangka tersebut menjadi tabungan *Master Plus* dimana bulan selanjutnya nasabah akan dikenakan biaya administrasi dan penutupan rekening. Menanggapi hal tersebut, PT. Prima Master Bank perlu merumuskan strategi pemasaran yang terbaik bagi perusahaan dalam upaya terus meningkatkan ataupun mempertahankan pertumbuhan nasabahnya.

*)Penulis Korespondensi

Oleh karena itu, studi tentang perilaku konsumen akan menjadi dasar yang amat penting dalam manajemen pemasaran. Hasil dari kajiannya akan membantu para pemasar untuk merancang bauran pemasaran, menetapkan segmentasi, merumuskan *positioning* dan pembedaan produk, memformulasikan analisis lingkungan bisnisnya, serta mengembangkan riset pemasarannya.

Dengan mengetahui hubungan antara perilaku konsumen dan strategi pemasaran produk tabungan berjangka yang dapat mempengaruhi keputusan menabung nasabah, serta mengetahui pentingnya atribut mana yang diharapkan oleh nasabah dari suatu produk, maka produk yang diluncurkan tersebut dapat memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memilih bank mana yang akan digunakan untuk menyimpan uang dan investasi. Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Perilaku Konsumen dalam Memilih Tabungan Berjangka pada Prima Master Bank Surabaya”.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena penulis ingin mengetahui perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank Surabaya dan mencari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank Surabaya guna menjawab masalah yang telah dirumuskan dengan kalimat pertanyaan.

Subjek penelitian adalah nasabah Bank Prima Master Surabaya. Objek dari penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank Surabaya. Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Surabaya karena Kota Surabaya merupakan kota besar dengan aktivitas masyarakat yang begitu

B-40-2

tinggi dan sudah maju. Dengan memilih Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian diharapkan dapat mengetahui pengaruh tinggi rendahnya minat pembukaan rekening tabungan berjangka pada nasabah.

Sumber data penelitian didapat dari nasabah Bank Prima Master yang berada di Kota Surabaya yang merupakan sampel data. Sumber data yang mendukung seperti buku seputar teori manajemen, perbankan Indonesia atau jurnal juga digunakan dalam penelitian ini.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah dari bank swasta nasional, Prima Master Bank di Kota Surabaya. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Sampel pada penelitian adalah nasabah Bank Prima Master yang datang di Kantor Capem

Surabaya Pasar Kembang, Jl. Pasar Kembang No.46 Ruko Grand Flower Blok A-1. Sampel yang diambil oleh peneliti memiliki ketentuan sebagai berikut: sampel yang diteliti diharuskan berada di Kota Surabaya, menjadi nasabah Bank Prima Master, dan harus memiliki rekening tabungan berjangka Bank Prima Master.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, dilakukan penggabungan data yang telah diproses, dipilah dan disederhanakan. Penyajian data disusun dengan mengkategorikan data sesuai dengan data yang sejenis agar mempermudah peneliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas. Kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan, maka akan dijabarkan pembahasan mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank

*)Penulis Korespondensi

Surabaya. Adapun variabel-variabel tersebut adalah: kepuasan pelayanan, kepercayaan, hadiah dan *cash-back*, suku bunga tabungan, serta pembebasan biaya administrasi. Variabel-variabel tersebut akan dibahas lebih terperinci sebagaimana berikut ini:

Kepuasan Pelayanan

PT. Prima Master Bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa tentunya mengutamakan kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Jika konsumen puas, maka akan tercipta loyalitas pelanggan. Faktor kepuasan pelayanan menjadi modal utama bank-bank dalam hal menarik hati konsumen untuk memakai produk/jasanya. Dalam hal ini, Prima Master Bank sudah memberikan pelayanan yang baik

Ketika nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka loyalitas akan tumbuh. Loyalitas nasabah akan memberikan pengaruh positif bagi Prima Master Bank karena dapat mengurangi pengaruh serangan para kompetitor. Tidak hanya kompetisi dalam hal produk, kompetisi dalam hal persepsi juga dapat berpengaruh karena nasabah yang loyal akan setia pada produk/jasa Prima Master Bank. Pada akhirnya, nasabah tidak akan begitu memperlakukan harga dan hal lain karena mereka percaya pada produk dan kualitas yang dimiliki perusahaan.

Disaat nasabah sudah loyal terhadap perusahaan, maka produk apapun yang ditawarkan oleh PT. Prima Master Bank melalui *customer service* akan bisa diterima oleh nasabah. Nasabah tidak akan berpikir panjang-lebar dan akan menerima tawaran yang diberikan sehingga nasabah mau membuka rekening tabungan berjangka Prima Master Bank.

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

B-40-3

dalam memilih tabungan berjangka Prima Master Bank. Kepercayaan adalah kemauan seseorang yang memiliki keyakinan untuk bertumpu pada orang lain. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, maka ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang dapat lebih dipercaya daripada yang kurang dipercayai. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dalam hal ini nasabah dan PT. Prima Master Bank, akan berdampak pada perilaku dalam memilih bank ataupun produk perbankan yang akan dibeli ataupun sudah digunakan.

Prima Master Bank mengiklankan produk tabungan berjangkanya melalui brosur. Berdasarkan tampilan sebuah brosur produk tabungan berjangka Prima Master Bank, ternyata faktor yang menjadi daya tarik terbesar bagi narasumber adalah jika tabungan tersebut menawarkan manfaat yang diterima oleh. Narasumber merespons sebuah brosur tabungan berjangka dengan mencari informasi lebih lanjut kepada bank yang beriklan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi sebuah produk tabungan melalui brosur/iklan akan menimbulkan efek stimulus bagi masyarakat untuk mencari informasi lebih lanjut kepada bank yang bersangkutan.

Kata-kata maupun gambar yang ditampilkan dalam brosur membuat orang membacanya menjadi tertarik dan penasaran akan produk yang dipromosikan tersebut. Hadiah dan *cash-back*, serta manfaat yang akan diperoleh jika membuka tabungan berjangka Prima Master Bank memancing konsumen untuk mengetahui informasi lebih lagi. Oleh karena itu, nasabah yang tertarik, datang mencari informasi lebih ke *customer service* Prima Master Bank. Setelah mendapat informasi yang cukup jelas, konsumen akan menimbang keputusan yang akan dibuat. Sehingga pada akhirnya, ketika konsumen merasa tabungan berjangka Prima Master

*)Penulis Korespondensi

Bank cocok dengan apa yang dibutuhkannya, maka konsumen akan memutuskan untuk memilih dan membuka tabungan berjangka Prima Master Bank.

Suku Bunga

Hal lain yang menarik minat konsumen dalam memilih produk tabungan adalah suku bunga yang diberikan oleh suatu bank. Begitu pula dengan produk tabungan berjangka Prima Master Bank. Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber terkait alasan konsumen memilih tabungan berjangka Prima Master Bank, sebagian besar narasumber menyatakan membuka rekening tabungan berjangka karena suku bunga yang tinggi dan hampir setara dengan deposito,

Dengan penawaran suku bunga yang diberikan Prima Master Bank, maka konsumen akan mencari informasi lebih untuk pilihan alternatif lain. Sebagian besar bank pesaing meluncurkan produk tabungan berjangka dengan memberi fasilitas asuransi jiwa. Adanya asuransi jiwa yang diberikan BTN dan BCA juga mendorong nasabah dalam memilih produk tabungan berjangka. Namun, konsumen cenderung akan memilih produk tabungan berjangka dengan suku bunga yang lebih tinggi. Oleh karena itu, suku bunga tabungan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank Surabaya.

Hadiah dan *Cash-back*

Selain suku bunga, hadiah tentunya merupakan umpan yang sangat manjur karena dapat menarik minat konsumen dalam memilih suatu produk. Bank-bank lain bersaing menarik minat konsumen untuk menabung dengan cara memberikan hadiah sebagai imbalan ketika membuka rekening tabungan. Hadiah tersebut tidak hanya semata-mata diberikan dengan percuma. Setiap bank pasti memberi promo dengan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh masing-masing bank. Prima Master

Bank pun juga menyusun strategi demikian untuk menarik minat konsumen.

Prima Master Bank menawarkan pemberian hadiah berupa *tumbler* dan *cash-back* jika konsumen membuka rekening tabungan berjangka dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Strategi tersebut sukses karena berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber dalam memilih tabungan berjangka Prima Master Bank, sebagian besar narasumber memilih program hadiah dan *cash-back* sebagai daya tarik bagi nasabah untuk mengambil keputusan memilih tabungan berjangka. Strategi pemberian hadiah langsung tidak hanya dipakai oleh Prima Master Bank. Bank Danamon dan BTN juga melakukan hal serupa dengan menawarkan hadiah berupa kotak makan *Lock n Lock*, parfum, dan *tupperware*. Oleh karena itu, pemberian hadiah diketahui dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka.

Dari pemberian hadiah dan *cash-back*, konsumen berharap lebih agar lebih banyak orang memilih dan membuka tabungan berjangka Prima Master Bank. Hal ini tentunya bisa menjadi saran dan masukan bagi PT. Prima Master Bank supaya di kemudian hari bisa meluncurkan produk tabungan berjangka yang diminati banyak orang. Konsumen berpikir dengan adanya *cashback* menabung bisa menjadi lebih menguntungkan. Oleh karena itu, pemberian *cash-back* dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka Prima Master Bank.

Pembebasan Biaya Administrasi

Sebagian besar produk tabungan perbankan dikenakan biaya administrasi sebagai upah jasa bank dalam mengelola keuangan nasabah. Namun, khusus untuk program tabungan berjangka Prima Master Bank, nasabah dibebaskan biaya administrasi, baik biaya admin per bulan maupun biaya penutupan rekening saat tabungan berjangka jatuh tempo. Biaya

administrasi akan menjadi pertimbangan konsumen ketika hendak memilih produk tabungan suatu bank. Bila bank membebaskan biaya administrasi, maka pertimbangan yang menghambat konsumen dalam memilih produk tabungan berjangka Prima Master Bank akan berkurang sehingga minat konsumen untuk memilih tabungan berjangka Prima Master Bank akan meningkat.

Dengan ketentuan pemblokiran saldo tabungan berjangka selama satu tahun, nasabah tidak merasa dirugikan, tapi sebaliknya. Nasabah justru merasa bahwa tabungan berjangka ini memiliki manfaat karena dengan pemblokiran saldo, nasabah bisa benar-benar menabung secara rutin dan berkala.

4. Kesimpulan

Kesimpulan: Berdasarkan pemaparan pada bagian hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini. Variabelvariabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tabungan berjangka pada Prima Master Bank antara lain kepuasan pelayanan, kepercayaan, suku bunga, hadiah dan *cash-back*, serta pembebasan biaya administrasi. Aspek-aspek tersebut diketahui dapat mempengaruhi bagaimana responden bertindak, berpikir, dan memutuskan bagaimana berperilaku dalam memilih tabungan berjangka pada Bank Prima Master Surabaya.

Daftar Pustaka

- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Alanshari, F., & Marlius, D. (2018). *Prosedur Pemberian Kredit KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Cabang Pembantu Bukit Tinggi*.

- Anggriawan, H. (2013). *Pengaruh Atribut Produk Tabungan Berjangka terhadap Keputusan Nasabah PT. Himpunan Saudara 1906 Tbk KC Wastukencana Bandung*.
- Handayani, D. L. (2015). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Arisan Sepeda Motor (Studi Kasus pada BMT Amal Mulia)* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Maharani, S., & Masruroh, D. L. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Mengambil Simpanan Wadi'ah (Studi Pada BMT Hasanah Jabung Ponorogo). *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2).
- Marpaung, M. K. S. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen dan Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Sambal Olahan Merek Emak Ti dan Dede Satoe di Surabaya* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Purba, I., & Lubis, I. (2013). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan di Kota Pematang Siantar. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(8).
- Setiani, I., Helmi, H., & SHI, M. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Melakukan Take Over Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri KCP Wonosari Gunungkidul* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).