

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi adalah sistem aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa.

Dari sifat usahanya bank sering pula disebut sebagai *financial business entity*, karena komoditi yang digunakan dalam kegiatannya senantiasa berkaitan dengan uang (Simorangkir, 2000: 23). Uang atau dana bagi bank merupakan hal yang amat penting karena menyangkut kontinuitas operasinya, sehingga setiap bank diuntut untuk meningkatkan kemampuannya dalam menggali dan memobilisasi dana dari berbagai sumber. Kemampuan menghimpun dana dengan biaya relatif rendah merupakan kunci dalam pengelolaan bank (Simorangkir, 2000: 25).

Perubahan peraturan yang dilakukan oleh pemerintah di bidang perbankan sungguh sangat mempengaruhi pola dan strategi manajemen dalam melakukan kegiatan operasional. Manajemen adalah Suatu Proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya. Dengan terjadinya perubahan situasi seperti saat ini yaitu seperti dengan memburuknya kondisi perbankan, terbatasnya jumlah dan sumber dana yang disebabkan persaingan yang cukup tajam antar bank, serta terjadinya peningkatan permintaan kredit, maka hal ini bank dipaksa untuk meningkatkan usaha untuk menghimpun dana (Siamat, Dahlan, 2001: 43). Dalam menghimpun dana pihak bank banyak menggunakan jenis tabungan dengan berbagai fasilitas yang dijanjikan. Bank Central Asia (BCA) sebagai bank transaksional menawarkan

rangkaian jasa yang luas untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Sebagai lembaga *intermediary* keuangan, BCA telah bekerja untuk memperkuat sisi kredit dengan mempersiapkan berbagai paket yang menarik bagi nasabah yang potensial.

Usaha bank di dalam menghimpun dana dari masyarakat tidak akan berhenti dari waktu – ke waktu. Keberhasilan bank didalam menghimpun dana tidak akan terlepas dari kemampuan bank untuk memahami perilaku nasabahnya. Pemahaman mengenai perilaku nasabah sangat penting artinya bagi pihak bank terutama didalam pengembangan strategi pemasaran.

Sudah menjadi fenomena bahwa sekarang makin banyak bank yang menawarkan tabungan dengan iming – iming hadiah mulai dari uang, rumah, barang elektronik hingga mobil sekalipun. Namun begitu tidak dapat disangkal lagi bahwa pelopor dari menjamurnya tabungan bank berhadiah ini sebenarnya adalah produk Tahapan BCA yang diluncurkan untuk pertama kalinya tahun 1989. Walaupun cukup populer, produk tabungan lama itu tidak mampu memikat segmen nasabah dari kalangan menengah keatas. Padahal nasabah dari kalangan tersebut justru mempunyai dana menganggur cukup besar. Ketiadaan iming – iming hadiah ataupun bunga tinggi adalah problemnya Tabanas. Konsep tabungan berhadiah yang ditawarkan Tahapan BCA terbukti diterima dengan positif oleh pasar dan mengalami sukses yang sangat luar biasa. Dengan mengusung nama Gebyar Hadiah Tahapan / GHT, produk ini telah terbukti bisa menjadi alat akuisisi nasabah yang ampuh. Berkat program ini pula, BCA berhasil meraih jutaan nasabah dalam waktu singkat (Kompas Cyber media, 24 Oktober 2007, www.kompas.com. diakses pukul 16.46 WIB).

Dalam mengembangkan produk dan kualitas layanan, BCA selalu mempertimbangkan kebutuhan nasabah yang selalu berubah. Lebih jauh lagi, BCA terus menyempurnakan setiap produk dan jasa BCA dengan menambahkan

berbagai fitur baru untuk meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menggunakannya (www.klikbaca.com.diakses 22 Okt 2007, pk. 16.46).

Dari 9 kategori survei Consumer Banking 2006 untuk tabungan dan produk Akses Deposit, BCA menjadi jawara untuk 7 kategori yang ditunjukkan pada tabel 1.1

(BCA Jawara Untuk 7 kategori)

Produk Tabungan Terbaik	Mesin ATM Terbaik	Internet Banking Terbaik	Kartu Debet Terbaik
BCA 91,20 Bank Mandiri 85,16 Bank Niaga 74,52	BCA 96,16 Bank Mandiri 85,40 Bank Niaga 63,72	BCA 86,80 Bank Mandiri 65,92 Citibank 57,78	BCA 96,68 Bank Mandiri 66,56 Bank Niaga 51,36
Kartu ATM Terbaik	Mobile Banking Terbaik	Pemenang Overall	
BCA 93,86 Bank Mandiri 80,74 Bank Niaga 69,84	BCA 82,84 Bank Mandiri 72,40 Bank Permata 47,17	BCA 48,44 Bank Mandiri 42, 42 Bank Niaga 35,84	

Sumber : Perbanas, Majalah SWA, Synovate, Ilead. Majalah SWA 10 Agustus 2006 (Data diolah).

Selain itu BCA merupakan Bank Swasta Nasional yang menduduki peringkat laba tertinggi diantara 130 Bank. Adapun Aset total yang dimiliki sebesar Rp 163.754.696 pada tahun 2006 (Sumber : Biro Riset Info Bank dalam Info Bank, 2007 : 336).

Ketatnya persaingan dalam dunia perbankan saat ini membuat bank – bank terus berlomba memberikan layanan terbaik kepada nasabah jenis serta layanan jasa perbankan pun semakin beragam seiring dengan berkembangnya tuntutan dan kebutuhan. Salah satu layanan yang tak dapat dipisahkan dalam bisnis

perbankan saat ini adalah cash management atau pengelolaan kas. Bank Central Asia (BCA) sebagai bank yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah telah menunjukkan kehandalannya dengan menorehkan prestasi di bidang jasa perbankan satu ini. Hal itu dibuktikan dengan penghargaan yang diperoleh BCA dalam 17th annual Asiamoney Cash yang diumumkan majalah terbitan Hong Kong tersebut pada Kamis (19/7), BCA berhasil menyabet dua penghargaan masing - masing sebagai "Best Local Cash Management versi pilihan nasabah korporasi tahun 2007" serta "Best Local Currency Cash Management untuk DDR versi pilihan Institusi Keuangan tahun 2007" (Kompas Cyber, banking lifestyle, www.kompas.com).

Tabungan Hari Depan atau yang lebih dikenal dengan TAHAPAN BCA adalah salah satu produk perbankan unggulan BCA. Didukung oleh jaringan ATM BCA, kantor cabang, KlikBCA, m-BCA yang terhubung secara 24 jam non stop sehingga layanan Tahapan BCA menjadi begitu mudah dan menyenangkan karena dapat diakses kapan saja dan darimana saja. Terdapat lebih dari 5300 ATM BCA yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, akses terhadap layanan ATM BCA menjadi lebih luas lagi lewat jaringan ATM Prima. TAHAPAN adalah rekening tabungan yang menyediakan berbagai macam manfaat yang memudahkan nasabah dalam transaksi perbankan dan juga menyediakan berbagai program - program yang berhadiah menarik. Sebagai bentuk apresiasi terhadap kepercayaan nasabah kepada BCA, selama bertahun - tahun Tahapan BCA memberikan berbagai macam hadiah menarik kepada para nasabah, melalui program - program Gebyar Hadiah Tahapan BCA. Tahapan BCA merupakan produk tabungan pertama yang memberikan hadiah pada pemilik rekening. Hanya kelipatan saldo rata - rata per bulan Rp. 5.000.000 dari Tahapan BCA nasabah, maka nasabah akan mendapat kupon undian dan otomatis

diikutsertakan dalam program undian Gebyar Hadiah Tahapan BCA (www.klikbca.com, Tahapan BCA, diakses 22 oktober pukul 16.46).

Hal penting lainnya dalam mengembangkan produk tabungan adalah pelayanan yang berkualitas (Aswin Wirjadi : Wapresdir BCA). Pelayanan ini dimulai dari cabang - cabang yang melakukan layanan *face to face* dengan nasabah hingga yang berbasis teknologi canggih. Artinya untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah diperlukan fungsi kontrol dan monitoring yang tak kenal lelah (Eva Martha Rahayu/Dede Suryadi, Bank Central Asia: Sukses karena Belajar dari Kelemahan Pemain Lain. Info Bank. 10-23 Agustus 2006).

Usaha bank didalam menghimpun dana dari masyarakat tidak akan berhenti dari waktu - ke waktu, seiring dengan pertumbuhan suatu bank dibutuhkan dana masyarakat dalam jumlah yang besar. Keberhasilan bank di dalam menghimpun dana tidak akan terlepas dari kemampuan bank untuk memahami perilaku nasabahnya. Pemahaman mengenai perilaku nasabah sangat penting artinya bagi pihak bank terutama untuk mengetahui sikap nasabah terhadap produk dan kualitas layanan yang telah diberikan oleh pihak bank.

Menurut Engel (Azwar, 2003 : 12) bahwa sikap memegang peran penting dalam membentuk perilaku. Sedangkan pada bagian lain Britt yang dikutip oleh Sunaryo (2001 : 431) berpendapat untuk mengubah perilaku membeli maka yang harus diubah terlebih dahulu adalah sikapnya. Dengan mengetahui sikap konsumen dapat diketahui sejauh mana pengaruh sikap terhadap niat nasabah untuk tetap menabung di tabungan Tahapan BCA.

Salah satu teori yang menjelaskan hubungan antara sikap, minat dan perilaku adalah *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Azen (Azwar, 2003 : 13) teori ini menjelaskan bahwa perilaku (behavior) seseorang sangat berhubungan dengan minat (behavioral intention), sedangkan minat untuk

berperilaku tersebut dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap perilaku tersebut {attitude toward the behavior), disamping faktor lain yaitu norma subyektif (subyektif norm) dan kontrol berperilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*).

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* bahwa perilaku menabung nasabah dapat diprediksi secara akurat dari niat nasabah untuk menabung, sedangkan niat nasabah tersebut dipengaruhi oleh sikap nasabah, norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan nasabah.

Yang dimaksudkan sikap nasabah pada *Theory of Planned Behavior* disini adalah sikap nasabah terhadap tindakan menabung di tabungan Tahapan BCA. Nasabah akan memiliki sikap yang positif terhadap tindakan menabung di tabungan Tahapan BCA jika nasabah menilai bahwa dengan menabung di tabungan Tahapan BCA akan memberikan keuntungan dan bermanfaat baginya. Semakin positif sikap nasabah terhadap menabung di tabungan Tahapan BCA maka semakin besar niat nasabah tersebut untuk tetap menabung.

Niat nasabah untuk menabung tidak hanya ditentukan oleh sikap nasabah tetapi ada faktor lain yang mempengaruhinya yaitu norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan nasabah.

Norma subyektif dalam hal ini adalah besarnya pengaruh kelompok referensi (keluarga, teman, pimpinan perusahaan dan petugas bank) terhadap pertimbangan nasabah untuk menabung. Semakin besar dorongan kelompok referensi yang dirasakan nasabah untuk menabung di tabungan Tahapan BCA maka semakin besar minat nasabah untuk tetap menabung.

Sedangkan yang dimaksud dengan kontrol berperilaku yang dirasakan nasabah disini adalah suatu kondisi dimana nasabah merasakan bahwa tindakan menabung itu mudah atau sulit dilakukan. Hal ini berkaitan dengan adanya faktor-faktor yang harus dipertimbangkan pada saat menabung. Adapun faktor-

faktor itu anatara lain mengenai, pemahaman system dan prosedur menabung, pamahaman mengenai reputasi bank, lokasi bank, dan juga berkaitan dengan issue-issue perbankan yang beredar di masyarakat. Oleh karena itu nasabah selalu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut pada saat menabung. Nasabah akan merasakan kemudahan dalam melakukan tindakan menabung. Dengan adanya kemudahan yang dirasakan nasabah didalam melakukan tindakan menabung maka semakin besar minat nasabah untuk tetap menabung di tabungan Tahapan BCA.

Berdasarkan pada fenomena tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat untuk Tetap Menabung di Tabungan Tahapan BCA Cabang pondok candra.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah sikap nasabah yang dirasakan nasabah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk tetap menabung pada tabungan Tahapan BCA Cabang pondok candra?
2. Apakah norma subyektif yang dirasakan nasabah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk tetap menabung pada tabungan Tahapan BCA Cabang pondok candra?
3. Apakah kontrol keperilakuan yang dirasakan nasabah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk tetap menabung pada tabungan Tahapan BCA Cabang pondok candra?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap nasabah, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan nasabah mempunyai pengaruh terhadap niat nasabah untuk tetap menabung pada tabungan Tahapan BCA Cabang pondok candra.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi STIE Mahardhika :

Untuk menambah khasanah pengetahuan dan informasi tentang pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan terhadap niat untuk tetap menabung.

2. Manfaat untuk Perusahaan dan Umum :

- a) Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama studi tentang perilaku konsumen.
- b) Hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perilaku konsumen.