

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang terdiri dari batasan dan asumsi dalam penelitian.

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan salah satu produk jasa yang banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan dalam Kasmir (2002: 23), menyatakan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana, bank adalah suatu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Berbagai produk perbankan semakin kuat ditawarkan agar masyarakat dari golongan menengah ke atas sampai golongan menengah ke bawah semakin tertarik mengalokasikan dana di bank.

Tabungan merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh bank. Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dalam Kasmir (2002: 23), menyatakan bahwa tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan /atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Jika dibandingkan dengan giro atau deposito, tabungan memiliki komposisi sumber dana perbankan relatif lebih kecil, namun tabungan merupakan jenis produk bank yang banyak diminati oleh nasabah. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 bahwa berdasarkan bentuknya struktur DPK Bank Umum di Jawa Timur pada Triwulan I 2014 didominasi oleh tabungan.

Tabel 1.1 Komposisi DPK Bank Umum per Jenis Simpanan
(Sumber : Kajian Ekonomi Regional Provinsi Jawa Timur, 2014 : 63)

Jenis Simpanan	Jumlah Dana Pihak Ketiga (Triliun)	Persentase
Tabungan	Rp 144.69	43.52%
Giro	Rp 135.53	40.77%
Deposito	Rp 52.22	15.71%

Menurut Arisyanen (2013:36), beberapa tahun belakangan ini, kompetisi antar bank semakin ketat seiring meningkatnya jumlah bank. Persaingan antar bank yang semakin ketat, memicu tumbuhnya tawaran produk yang beraneka ragam dan memiliki daya tarik sendiri pada masyarakat. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk menentukan peningkatan mutu dan pelayanan bank secara efektif, sesuai keadaan perekonomian dan kebutuhan para nasabah. Untuk itu, maka bank perlu memahami perilaku konsumen. Pemahaman tentang perilaku konsumen itu mempunyai arti penting karena sesungguhnya semua kegiatan bank ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Pola pemasaran tradisional dimana bank bersikap pasif menunggu nasabah datang, harus diganti dengan pola pemasaran yang inovatif dan berorientasi pada pelayanan.

Penelitian tentang analisis pemilihan bank sebagai tempat menabung telah banyak dilakukan, diantaranya yaitu penelitian oleh Nurdiana (2010) bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pemilihan bank untuk menabung adalah fasilitas *Automated Teller Machien* (ATM), kepuasan terhadap fasilitas pelayanan *customer*, suku bunga, biaya administrasi dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Penelitian yang dilakukan oleh Agustini (2001) menghasilkan kesimpulan pola pemasaran tabungan harus menekankan pada *product*, *image*, dan *service features* yang diarahkan untuk dapat menyentuh setiap tahap proses pengambilan keputusan menabung di bank. Penelitian yang dilakukan oleh Arisyanen (2013) tentang analisa faktor dalam pemilihan bank sebagai tempat menabung disimpulkan bahwa terdapat lima faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung, yaitu faktor fasilitas bank, faktor pelayanan bank, faktor fasilitas tambahan, faktor benefit, dan faktor fasilitas tambahan pembayaran listrik dan air.

Menurut Murti (2002:5), pada survey pemasaran tradisional dalam mengungkapkan kepentingan suatu atribut produk atau jasa, responden diminta secara langsung memberikan nilai terhadap masing-masing atribut produk atau jasa, baik berupa peringkat atau skor. Secara metodologi, hal tersebut memberikan kerawanan bagi validitas jawaban reponden. Untuk menghindari hal tersebut, salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendesain pelayanan bank yang diinginkan oleh nasabah adalah percobaan konjoin. Analisis konjoin merupakan

teknik analisis multivariat yang tidak hanya memiliki basis teori yang kuat tetapi juga praktis untuk diterapkan dalam penentuan kebijakan. Dengan analisis konjoin, responden secara tidak langsung memberikan nilai atribut pelayanan secara keseluruhan sesuai dengan konfigurasi atribut tertentu (*overall preference*). Menurut Fauzy (2014:132), terdapat dua jenis analisis konjoin yang sering digunakan, yaitu konjoin klasik dan konjoin berbasis pilihan (*choice based conjoint*). Percobaan konjoin klasik memiliki kelemahan menggunakan banyak alternatif konsep pelayanan bank yang ditawarkan. Untuk mempermudah responden, digunakan percobaan konjoin berbasis pilihan (*Choice Based Conjoint*). CBC tidak hanya mempertimbangkan dari segi *main effect* tetapi juga interaksi antar atribut (*interaction effect*). Selain itu metode CBC juga menyediakan *none option* untuk stimuli yang tidak mewakili preferensi konsumen sehingga dengan metode CBC dapat menghasilkan prediksi keputusan yang lebih mendekati kenyataan sebenarnya. Dari beberapa pertimbangan tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian “Penerapan Metode *Choice Based Conjoint* (CBC) untuk Mengetahui Preferensi Nasabah dalam Pemilihan Bank”.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan terdapat 12 (dua belas) atribut penyusun konsep kriteria yang harus dimiliki oleh bank sebagai tempat menabung yang sesuai dengan keinginan nasabah. Menurut Johnson dan Orme (1996 : 3), jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian *Choice Based Conjoint* berkisar dari tiga sampai enam atribut. Dari hasil penelitian pendahuluan, 5 atribut yang memiliki presentase tertinggi berturut-turut yaitu kemudahan transaksi, fleksibilitas ATM, lokasi bank, fasilitas keamanan, dan fasilitas *e-banking*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, pokok permasalahan yang akan dibahas yaitu untuk menentukan bagaimanakah kombinasi atribut terbaik untuk fasilitas bank yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Permasalahan tersebut perlu diteliti agar bank dapat mengetahui bentuk atau jenis fasilitas yang diinginkan oleh nasabah sehingga dapat menciptakan fasilitas yang dapat menarik perhatian nasabah untuk menabung di bank.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Menentukan kombinasi atribut terbaik untuk fasilitas bank yang sesuai dengan keinginan nasabah.
2. Memberikan usulan fasilitas bank yang sesuai dengan keinginan nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Dapat mengetahui kombinasi atribut terbaik untuk fasilitas bank yang sesuai dengan keinginan nasabah.
2. Dapat memberikan pertimbangan bagi bank untuk memperbaiki atribut-atribut fasilitas bank sehingga dapat menarik minat nasabah untuk menabung di bank.

1.5 Batasan Masalah

Studi kasus dalam penelitian ini dibatasi pada nasabah bank yang menggunakan produk tabungan.

1.6 Asumsi-Asumsi

Atribut yang digunakan diasumsikan sesuai dengan keinginan nasabah secara umum dan sesuai dengan kondisi perbankan di Indonesia.