

Aruna Defi Silfiana

Jurusan Manajemen Pemasaran, STIE Putra Bangsa Kebumen

Email: arunadefisilfiana93@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta Kebumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah simpanan BPR Araya Arta selama 2 tahun terakhir. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas dan Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung. Sementara Jaminan Rasa Aman berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung.

Kata kunci: Aksesibilitas, Promosi, Jaminan Rasa Aman, Minat Menabung

PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dengan demikian, bank menjadi wahana yang mampu menghimpun dan meyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup rakyat (Triandaru dan Totok, 2009: 10).

PT. BPR Araya Arta adalah sebuah lembaga keuangan yang bergerak di bidang perbankan dengan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, dari dan untuk masyarakat. Penulis tertarik untuk meneliti BPR Araya Arta karena; Pada saat ini BPR Araya Arta mulai berkembang dengan 25 karyawan yang untuk waktu dekat juga berencana untuk menambah 2 karyawan lagi yang tersebar mulai dari kantor pusat, 1 kantor kas, kantor kas ini berfungsi sebagai jaringan bisnis atau agen pelayanan kantor pusat. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan simpanan di BPR Araya Arta.

Sebenarnya banyak nasabah yang ingin menabung tetapi kesulitan dalam akses, terutama nasabah-nasabah yang berada di wilayah Sрати, Pasir dan wilayah lainnya sekitar kecamatan Ayah. Hal ini juga dikarenakan kunjungan pegawai yang kurang sehingga banyak tabungan yang ditutup karena kesulitan akses. Tapi dengan kita mendekatkan akses ke nasabah, nasabah akan tertarik lagi untuk menabung. Hal yang sudah dilakukan BPR Araya Arta adalah membuka kantor kas di Gombong guna untuk mempermudah akses nasabah yang berada di wilayah kecamatan Ayah. Dengan begitu dapat menambah jumlah aplikasi simpanan di BPR Araya Arta.

Kegiatan promosi sangat penting dalam meningkatkan nasabah, karena melalui promosi nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh bank. Nasabah bisa tau produk kita dengan cara pihak perusahaan melakukan edukasi atau pengenalan produk yang dimiliki kepada nasabah. Ketika nasabah memiliki informasi yang positif dan melihat BPR itu dengan image yang bagus dari BPR tersebut akan menimbulkan rasa tertarik dan niat untuk menabung disana.

Jaminan rasa aman menyangkut evaluasi nasabah terhadap berbagai risiko yang bisa dialami oleh nasabah terkait dengan uang yang ditabung di bank. Untuk jaminan rasa aman ini, Bank Araya Arta sudah menjaminkan dana simpanan nasabah pada Lembaga

Penjamin Simpanan (LPS) sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 tentang Lembaga Penjamin Simpanan yang ditetapkan pada 22 September 2004 bahwa setiap bank yang melakukan kegiatan usaha di wilayah Republik Indonesia wajib menjadi peserta penjaminan LPS (*lps.go.id*, 2019). Dengan mengikuti aturan yang ditetapkan oleh pemerintah ini setidaknya mampu memberikan jaminan rasa aman kepada nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, kiranya permasalahan tersebut sangat menarik untuk ditelaah dan diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, berangkat dari latar belakang fenomena tersebut dapat diambil satu judul: "*Pengaruh Aksesibilitas, Promosi Dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Minat Nasabah Simpanan Bank Araya Arta*".

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta.
2. Mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta.
3. Mengetahui pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta.
4. Mengetahui pengaruh aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan oleh penelitian ini adalah:

- a. Dapat digunakan sebagai bekal pengetahuan dan gagasan tentang pengelolaan pemasaran yang baik, serta diketahuinya pengaruh tingkat aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman terhadap minat nasabah simpanan BPR Araya Arta.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang berminat dalam pengembangan pemasaran yang berkualitas.

Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian adalah supaya dapat memberikan masukan yang berarti tentang pemasaran di BPR Araya Arta terkait pengaruh tingkat suku bunga, promosi dan jaminan rasa aman terhadap minat nasabah simpanan BPR Araya Arta.

METODE

Jenis Penelitian

Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009). Data primer diperoleh langsung dari responden yang menjadi subyek penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan secara langsung kepada responden atau nasabah yang melakukan simpanan di BPR Araya Arta Kebumen.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2009). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data BPR Araya Arta Kebumen, kajian buku melalui buku-buku referensi, dan penelitian terdahulu atau jurnal.

Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:84). Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:85). Populasi dalam penelitian ini yakni masyarakat kebumen yang melakukan simpanan di BPR Araya Arta Kebumen 2 tahun terakhir sehingga jumlah populasi diketahui, maka metode pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Ferdinand, 2006):

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e)^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka pengambilan sampel minimal dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil berjumlah 100 orang.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.903	1.001		3.898	.000
Total X1	.039	.084	.052	.465	.643
Total X2	.012	.029	.034	.420	.675
Total X3	.453	.084	.618	5.419	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Variabel Penelitian

Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan yang akan dilakukan analisis lebih lanjut yaitu: **aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman.**

Teknik Analisis Data

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linier berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih (Simamora, 2004:339).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat nasabah, sedangkan variabel independennya adalah aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman. Dengan demikian dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : variabel minat
- a : nilai konstanta
- X₁ : variabel aksesibilitas
- X₂ : variabel promosi
- X₃ : variabel jaminan rasa aman
- b₁b₂b₃ : nilai koefisien regresi masing-masing variabel
- e : standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda (R), dan analisis korelasi parsial (r). *Output* dari perhiyungan SPSS, diperoleh nilai koefisien variabel sebagaimana disajikan berikut:

Tabel 1. *Output* Statistik Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pada *output* regresi linier berganda di atas, maka bisa ditetapkan persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 3,903 + 0,039X_1 + 0,012X_2 + 0,453X_3$$

Pada persamaan di atas, dapat diketahui bahwa koefisien regresi pada persamaan regresi tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta dengan menunjukkan nilai 0,039.

Berdasarkan persamaan juga bisa dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta dengan menunjukkan nilai 0,012.

Dilihat dari persamaan regresi di atas dapat diketahui adanya pengaruh jaminan rasa aman terhadap minat

menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta dengan menunjukkan nilai 0,453.

Berdasarkan persamaan di atas juga dapat diketahui nilai a , yaitu konstanta menunjukkan nilai sebesar 3,903. Nilai saat X bernilai 0,000 maka akan diikuti meningkatnya aksesibilitas sebesar 3,903 dengan asumsi semua variabel X_2 dan X_3 adalah tetap.

Analisi Determinasi

Berdasarkan Tabel IV-17, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,432 artinya sebesar 43,2% variabel Minat Menabung dapat dijelaskan oleh variabel Aksesibilitas, Promosi, dan Jaminan Rasa Aman sedangkan 56,8% (100% - 43,2%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

Analisi Korelasi Simultan

Berdasarkan hasil Uji ANOVA atau bersama-sama diperoleh F_{hitung} sebesar $26,129 > F_{tabel}$ 2,70 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Aksesibilitas, Promosi, dan Jaminan Rasa Aman berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah Simpanan Bank Araya Arta.

Analisis Korelasi Parsial

Berdasarkan Tabel IV-14, maka dapat dilihat hasil uji t yang menunjukkan hasil pengaruh tiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Menabung.
Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk variabel Aksesibilitas (X_1) sebesar $0,643 > 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $0,465 < t_{tabel}$ sebesar 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung.
Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk variabel Promosi (X_2) sebesar $0,675 > 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $0,420 < t_{tabel}$ sebesar 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- c. Pengaruh Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Menabung.
Hasil uji t pada Tabel IV-13 di atas, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk variabel Jaminan Rasa Aman (X_3) sebesar $0,000 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $5,419 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 sehingga dapat disimpulkan bahwa Jaminan

Rasa Aman berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Simpanan BPR Araya Arta

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas yang ditawarkan tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung. Aksesibilitas tidak akan menstimuli niat menabung. Karena menabung bukanlah memikirkan akses banknya melainkan bagaimana pelayanan yang diberikan. Apalagi sekarang banyak bank yang menawarkan pelayanan jemput bola sehingga banyak nasabah yang suka dihampiri dibandingkan harus datang ke kantor.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung Nasabah Simpanan BPR Araya Arta

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa promosi yang ditawarkan tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung. Banyak sedikitnya promosi tidak mempengaruhi niat menabung. Hal ini dilihat dari jawaban responden yang tidak setuju mengenai pernyataan jumlah promosi yang dilakukan BPR Araya Arta sering. Pada saat ini karyawan BPR Araya Arta juga berfungsi sebagai konsultan sehingga informasi yang dicari nasabah lebih banyak didapatkan dari karyawan langsung dibandingkan dengan membaca brosur. Sehingga dari pihak perusahaan tidak menyebar brosur sebagai alat promosi.

Pengaruh Jaminan Rasa Aman terhadap Minat Menabung Nasabah Simpanan BPR Araya Arta

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa jaminan rasa aman yang ditawarkan menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung. Pemberian catatan dan penjelasan karyawan BPR Araya Arta mengenai catatan transaksi yang sudah masuk di buku tabungan nasabah menjadi pertimbangan nasabah dalam niat menabung. Selain itu, kesopanan dan pemberian rasa aman dalam melakukan pelayanan yang dilakukan karyawan BPR Araya Arta kepada nasabah juga menjadi pertimbangan nasabah dalam niat menabung.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis dengan bantuan *SPSS for windows 25.0* mengenai pengaruh aksesibilitas, promosi dan jaminan rasa aman terhadap minat menabung nasabah simpanan BPR Araya Arta maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menabung. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas yang ditawarkan tidak menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung. Aksesibilitas tidak akan

- menstimuli niat menabung. Karena menabung bukanlah memikirkan akses banknya melainkan bagaimana mereka menyisihkan uangnya dan bagaimana mereka bisa menabung tanpa harus pergi ke kantor dengan keterbatasan waktu mereka. Apalagi sekarang banyak bank yang menawarkan pelayanan jemput bola sehingga banyak nasabah yang suka dihampiri dibandingkan harus datang ke kantor.
2. Variabel promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Banyak sedikitnya promosi tidak mempengaruhi niat menabung. Hal ini dilihat dari jawaban responden yang tidak setuju mengenai pernyataan jumlah promosi yang dilakukan BPR Araya Arta sering. Undian untuk produk tabungan tertentu tidak menjadikan nasabah mempertimbangkan niat menabung.
 3. Variabel jaminan rasa aman memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menabung nasabah. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi jaminan rasa aman maka semakin meningkatkan minat menabung nasabah. Jaminan rasa aman yang ditawarkan menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung.
 4. *Adjusted R²* (koefisien determinasi) sebesar 0,305 sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel *independent* dalam penelitian ini mempengaruhi variabel *dependent* sebesar 43,2% dan sisanya sebesar 86,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Sehingga dapat diartikan bahwa Aksesibilitas, Promosi dan Jaminan Rasa Aman secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Minat Menabung.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas, maka penulis memberikan saran dan harapan bagi pihak BPR Araya Arta, yaitu:

1. Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung. Menabung bukanlah memikirkan akses banknya melainkan bagaimana cara mereka bisa menabung dengan keterbatasan waktu mereka habis untuk berdagang. Karena pada saat mereka selesai berdagang kantor sudah tutup. Baik tidaknya akses tidak akan mempengaruhi niat menabung begitu juga lokasi bagus atau tidak juga tidak mempengaruhi niat menabung.
2. Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menabung. Banyak sedikitnya promosi tidak mempengaruhi niat menabung. Untuk itu penulis menyarankan kepada BPR Araya Arta untuk mengurangi biaya promosi. Hal ini dilihat dari jawaban responden yang tidak setuju mengenai pernyataan jumlah promosi yang dilakukan BPR Araya Arta sering. Undian hadiah untuk beberapa produk tabungan tertentu tidak mempengaruhi niat menabung. Penulis

menyarankan lebih baik biaya promosi digunakan untuk hal lain untuk mendukung performance karyawan seperti vasilitas kendaraan ataupun yang lainnya.

3. Jaminan rasa aman memiliki pengaruh terhadap minat menabung. Semakin tinggi jaminan rasa aman maka semakin meningkatkan minat menabung nasabah. Jaminan rasa aman yang ditawarkan menjadi pertimbangan nasabah dalam minat menabung. Penulis menyarankan supaya BPR Araya Arta menambahkan biaya untuk pembaruan program beserta alat yang lebih canggih agar proses transaksi di lapangan lebih terjaga keamanannya. Selain itu penampilan karyawan juga penting untuk diperhatikan sehingga seragam yang dikenakan karyawan dapat menambah keyakinan para nasabah. seragam adalah identitas suatu perusahaan dengan begitu nasabah dapat lebih mudah mengenali karyawan BPR Araya Arta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, Augusty. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga
- Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.