

**ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP
PRODUK KEUANGAN Di DELI SERDANG
(Studi kasus Tanjung Morawa)**

**Amena Kristiani Sitanggang
Wahyu Ario Pratomo**

ABSTRACT

The title of this research is the analysis of Societies Understanding Financial Products in Deli Serdang District of Tanjung Morawa. The purpose of this research is to identify and analyze the level of public understanding of the financial products offered by banks. These products include storage of funds, disbursement of funds and other services of the bank .

The data used in this study is primary data and secondary data. The collecting of the primary data is done by giving the questionnaire to the people who live around Tanjung Morawa ,while the secondary data are obtained from books , literature, the Internet , and other media. The analytical method used is descriptive analysis using the computer program SPSS version 16.0.

The result of this research indicate that the level of of public understanding of the financial products offered by banking is diverse. The highest level of understanding on storage products , while banking funds for the understanding of other products is still low . This is because customers only know the products that they use only.

Keywords : *Public Understanding , Banking*

PENDAHULUAN

Lembaga perbankan mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Perbankan mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana. Kontribusi yang diberikan dalam bentuk pemberian kredit, bank berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memperlancar usahanya. Dukungan terhadap dunia usaha akan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat .Selain itu perbankan juga menjadi penunjang kelancaran sistem pembayaran, pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggung jawabkan. Ekonomi masyarakat akan semakin berkembang sejalan dengan perkembangan dan kemajuan perbankan dalam melayani kebutuhan masyarakat dalam produk keuangan. Dengan pesatnya perkembangan perekonomian menuntut timbulnya produk–produk keuangan yang dapat memperlancar kegiatan transaksi pembayaran dalam usaha masyarakat sehingga perbankan dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan dan menciptakan produk-perbankan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan lalu lintas pembayaran.

Namun seringkali banyak bank yang tidak mampu bersaing dalam mempertahankan agar bank tersebut tetap sehat dan dapat bertahan. Hal ini selain dikarenakan kondisi keuangan bank itu sendiri namun juga dikarenakan kurangnya akan pemahaman masyarakat pada perbankan. Sehingga banyak masyarakat yang masih enggan menggunakan produk – produk dan jasa perbankan dan lebih memilih melakukan transaksi langsung maupun menyimpan dana mereka sendiri.

Peran perbankan dalam memacu pertumbuhan perekonomian semakin strategis walaupun pemahaman dan sosialisasi masyarakat terhadap produk perbankan masih terbatas. Perilaku nasabah terhadap produk keuangan perbankan dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Dengan memahami tingkat pemahaman atau preferensi masyarakat tersebut terhadap produk keuangan perbankan, maka bank memiliki peluang yang kuat untuk mendesain produk yang ditawarkan agar lebih bersifat *market driven*. Struktur pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang sudah terbangun sudah sangat lama tentu tidak mudah diarahkan kepada sistem perbankan yang semakin berkembang dengan jalannya perkembangan perekonomian dan perkembangan kebutuhan lalu lintas keuangan.

Deli Serdang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Sumatra Utara yang memiliki penduduk sebanyak 2.057.370 jiwa dari berbagai kecamatan dengan berbagai profesi, jenis kelamin serta suku dan agama yang ada. Banyak profesi dan lapangan pekerjaan yang diminati dan dijalankan penduduk yang tinggal di Deli Serdang. Namun profesi sebagai petani, pedagang maupun industri yang lebih banyak diminati oleh penduduk yang tinggal di wilayah kecamatan Deli Serdang yang tentunya membutuhkan penunjang untuk memperlancar profesi yang dijalankan mereka atau usaha yang mereka lakukan. Salah satu penunjangnya adalah kelancaran lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam berusaha.

Dengan bermacam-macam profesi tentu berbeda pula kebutuhan akan transaksi atau kebutuhan akan produk-produk keuangan perbankan di setiap profesi. Maka untuk mempermudah mengetahui produk yang tepat untuk menunjang usaha maupun profesi yang dijalankan masyarakat Deli Serdang dalam lalu lintas pembayaran diperlukan pemahaman mengenai produk keuangan yang ada agar sesuai dengan kebutuhan mereka akan produk keuangan yang akan memperlancar transaksi usaha maupun profesi mereka. Dengan latar belakang tersebut peneliti ingin membahas tentang “ Analisis tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan di Deli Serdang”.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk penghimpunan dana bank dari masyarakat

Dalam bank konvensional penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro yang lazim disebut dengan dana pihak ketiga.

Menurut Hermansyah secara garis besar sumber dana bagi sebuah bank dibagi menjadi empat sumber dana, yaitu :

1. Dana yang bersumber dari bank sendiri
2. Dana yang bersumber dari masyarakat
3. Dana yang bersumber dari lembaga keuangan, baik yang berbentuk bank maupun nonbank.
4. Dana yang bersumber dari Bank Indonesia sebagai Bank Sentral

Produk Bank dalam menyalurkan dana pada masyarakat

Bank menyalurkan dana kepada masyarakat (*Lending*) dalam bentuk kredit seperti:

- a. Kredit konsumsi merupakan kredit yang diberikan bank kepada debitur yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai untuk keperluan pribadi.
- b. Kredit Produktif, kredit yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa.

- c. Kredit konsumsi merupakan kredit yang diberikan bank kepada debitur yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai untuk keperluan pribadi.
- d. Kredit Produktif, kredit yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa

Produk bank dalam memberikan jasa-jasa bank lainnya (Services) antara lain :

1. *Transfer* (kiriman uang) merupakan jasa kiriman uang antar bank baik antar bank yang sama maupun bank yang berbeda. Pengiriman uang dapat dilakukan untuk dalam kota, luar kota maupun dalam negeri.
2. Inkaso (*collection*) merupakan jasa penagihan warkat antar bank yang berasal dari luar kota berupa cek, bilyet giro atau surat-surat berharga.
3. *Letter of Credit (L/C)* merupakan jasa yang diberikan dalam rangka mendukung kegiatan atau transaksi ekspor impor.
4. Cek wisata (*Travellers Cheque*) merupakan cek perjalanan yang biasa digunakan oleh para turis dan dibelanjakan di berbagai tempat.
5. *Bank Card* merupakan jasa penerbitan kartu-kartu kredit yang dapat digunakan dalam berbagai transaksi dan penarikan uang tunai di ATM.
6. *Bank Notes (Valas)* merupakan kegiatan jual beli mata uang asing.
7. Bank Garansi merupakan jaminan yang diberikan kepada nasabah dalam pembiayaan proyek tertentu
8. Kliring (*Clearing*) merupakan jasa penarikan warkat yang berasal dari dalam satu kota, termasuk transfer dalam kota antar bank.
9. Safe Deposit Box merupakan jasa penyimpanan dokumen, berupa surat-surat atau benda berharga.
10. Bank Draft merupakan wesel yang diterbitkan oleh bank.

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong (2004:200) factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, faktor sosial, pribadi, psikologis. Faktor-faktor tersebut harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh dapat mempengaruhi keputusan konsumen :

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Faktor pribadi (umur, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup)
4. Faktor psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan)

Arti pemahaman konsumen

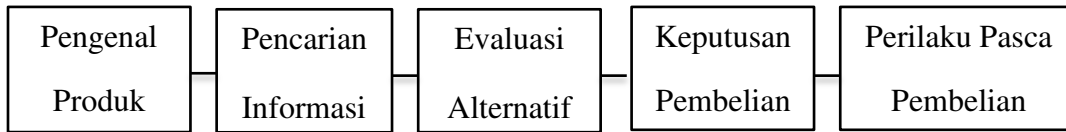
Pemahaman konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan konsumen melakukan pembelian atau penggunaan produk atau jasa. Semakin paham seorang konsumen terhadap produk dan jasa keuangan maka semakin mempermudah konsumen dalam memilih produk dan jasa yang tepat untuk kebutuhan kelancaran kegiatan lalu lintas pembayaran yang berguna untuk kelancaran usaha maupun kegiatan sehari-hari masyarakat.

Pengaruh tingkat pemahaman pada perilaku konsumen

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat pemahaman masyarakat dalam mengambil keputusan adalah citra, pelayanan, dan produk. Semakin tinggi pemahaman konsumen terhadap suatu produk maka semakin yakin konsumen tersebut untuk menggunakan atau membeli suatu produk. Maka penting untuk memberikan pemahaman atau pengetahuan akan suatu produk pada konsumen.

Menurut Setiadi (2003) menyatakan ada lima tahapan yang dilalui konsumen dalam proses pembelian suatu produk atau jasa yaitu pengenalan produk, pencarian informasi,

evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Jelasnya seperti gambar di bawah ini :



Gambar 1.1
Tabel Perilaku Konsumen

Literasi keuangan (*Financial Literacy*)

Literasi keuangan merupakan salah satu program strategi yang merupakan salah satu program strategi yang menjadi bagian dari upaya pemerintah dan masyarakat di berbagai negara dalam mewujudkan masyarakat yang melek mengenai jasa keuangan

Bagi masyarakat literasi keuangan mempunyai manfaat yang besar antara lain:

1. Masyarakat mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Masyarakat mendapat pemahaman mengenai manfaat dan resiko produk dan jasa yang ditawarkan perbankan.

Selain manfaat bagi masyarakat literasi keuangan juga memberikan manfaat dari aspek ekonomi makro yaitu :

1. Semakin banyak masyarakat yang akan menggunakan jasa dan produk keuangan, maka ekonomi nasional akan semakin kokoh dan kuat dari krisis global
2. Semakin banyak orang yang memanfaatkan dana lembaga jasa keuangan, intermidiasi di sektor keuangan diharapkan semakin besar.
3. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa keuangan dan berinvestasi melalui lembaga keuangan, sehingga diharapkan dana untuk pembangunan semakin meningkat.

Penelitian Terdahulu

Skripsi berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam produk Qardh dengan gadai emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan”. Hamzah Gufron (2007) menyimpulkan bahwa “jumlah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam produk Qardh dengan gadai emas PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan”.

Skripsi Erniwati (2012) yang berjudul “ Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah Muamalat Indonesia KCP Gajah Mada Medan” menyimpulkan bahwa “nasabah hanya memahami produk-produk yang mereka gunakan saja, pihak bank kurang melakukan sosialisasi tentang produk yang mereka tawarkan sehingga nasabah tidak terlalu paham terhadap produk – produk yang ditawarkan bank.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah menganalisis tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan di Deli Serdang studi kasus Tanjung Morawa.

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah sekitar Tanjung Morawa Deli Serdang dan penelitian dilakukan pada bulan Maret 2014

Populasi

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat di sekitar Deli Serdang yang merupakan nasabah maupun bukan nasabah suatu bank swasta atau pemerintah, dimana

penelitian difokuskan pada wilayah kecamatan Tanjung Morawa dengan jumlah penduduk sebanyak 192.759 jiwa dari 2.057.370 masyarakat Deli Serdang.

Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari sesuatu populasi dan diteliti secara rinci (Muhammad, 2008:162). Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Berdasarkan perhitungan hasil tersebut, sampel yang diperoleh adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui simple random sampling yang artinya cara penarikan sampel anggota dilakukan secara acak pada 3 kecamatan tersebut tanpa memperhatikan strata yang ada. Metode pengumpulan data menggunakan *self administrated survey*, yaitu responden diminta untuk mengisi sendiri kuesioner yang diberikan.

Jenis dan Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka jenis data yang akan digunakan adalah :

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pihak pertama yang menjadi objek penelitian, yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar Deli Serdang (responden) melalui pengisian kuisisioner.

b. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, literature, dan sumber- sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Sedangkan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah

a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis yang akan diisi oleh responden untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti hal – hal yang ia ketahui, dalam hal ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar Tanjung Morawa Deli Serdang.

b. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan pada masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar Deli Serdang menjadi sampel penelitian untuk menggali lebih lanjut mengenai tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk – produk keuangan perbankan di Tanjung Morawa, Deli Serdang.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencatat dan mempelajari berbagai informasi dan data – data yang diperoleh melalui buku, jurnal, literature, situs internet, artikel dan tulisan –tulisan ilmiah yang dijadikan sebagai referensi bagi peneliti.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan program computer SPSS (*Statistic Product and Servisce Solution*) versi 16,0. Penyajian analisis deskriptif dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabulasi, grafik, table, frekuensi dan *crostabs*. Sehingga diperoleh gambaran yang menunjukkan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan perbankan di Tanjung Morawa, Deli Serdang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum lokasi penelitian

Deli Serdang merupakan salah satu kabupaten yang berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara. Kabupaten Deli Serdang seluas 2.497,72 km² yang terdiri dari 22 kecamatan dan 394 desa. Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Deli Serdang adalah kecamatan Tanjung Morawa dengan batas wilayah 131,75 km² dan dengan jumlah penduduk sebanyak

192.759 jiwa. Kecamatan Tanjung Morawa terletak dibagian timur Kabupaten Deli Serdang dengan ketinggian 30 meter dari permukaan laut dengan batas -batas :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Batang Kuis dan Kecamatan Beringin.
2. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Kecamatan STM Hilir.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Patumbak, Kecamatan Percut Sei Tuan dan Kota Medan.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Lubuk Pakam dan Kecamatan Pagar Merbau.

Secara kewilayahan Kecamatan Tanjung Morawa terdiri dari 25 desa dengan 184 dusun dan 1 kelurahan dengan luas wilayah kecamatan Tanjung Morawa terdiri dari areal persawahan, perkebunan, pemukiman penduduk, industri dan peternakan dengan mata pencarian penduduk yang berprofesi di bidang bertani, buruh, karyawan, pedagang dan pegawai negeri sipil. Adapun banyak penduduk menurut jenis mata pencahariannya yaitu 450 sebagai petani, 12.640 beprofesi di industri, 2.811 beprofesi sebagai pedagang, 76 berprofesi di angkutan dan 163 beprofesi sebagai PNS/TNI Polri.

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil 100 orang responden yang merupakan penduduk kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Kelurahan Tanjung Morawa B.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data jenis kelamin didapat dari kuesioner yang telah disebar. Perbandingan jenis kelamin ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk-produk keuangan yang ditawarkan perbankan. Dari jumlah responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian, yaitu sebanyak 100 orang dimana responden perempuan sebanyak 53 orang dan responden laki-laki sebanyak 47 orang.

Dari 100 jumlah responden lebih banyak yang berusia 31-40 tahun sebanyak 50 responden. Sedangkan responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 39 responden dan responden dengan usia 41-50 tahun sebanyak 11 orang. Untuk responden yang berusia 51-60 tahun sebanyak 3 responden.

Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden –responden yang telah mengisi kuesioner memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Berdasarkan kuesioner yang disebar didapat bahwa tingkat pendidikan responden sarjana yang diperoleh penulis lebih banyak dari responden dengan tingkat pendidikan lainnya dimana untuk responden dengan tingkat pendidikan sarjana yaitu sebesar 44 responden, 28 responden SMA. Responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebesar 28 responden. Banyaknya responden dengan tingkat pendidikan sarjana, maka diharapkan responden mampu memahami produk-produk keuangan yang ditawarkan perbankan, baik melalui bank itu sendiri maupun dari ilmu yang mereka dapatkan dari lembaga pendidikan sekolah maupun universitas. Sehingga dengan pemahaman yang baik memudahkan responden dalam menggunakan produk-produk keuangan yang ditawarkan oleh perbankan.

Tabel 1.1
Tabulasi Silang Responden Berdasarkan Jenis Kelamin,
Usia dan Pendidikan

Jenis Kelamin			Pendidikan			Total
			SMA	Diploma	Sarjana	
laki-laki	kelompok umur	21-30	4	6	8	18
		31-40	7	6	11	24
		41-50	0	2	1	3
		51-60	1	1	0	2
	Total		12	15	20	47
Perempuan	kelompok umur	21-30	8	5	8	21
		31-40	6	6	15	27
		41-50	1	2	1	4
		51-60	1	0	0	1
	Total		16	13	24	53

Sumber : Data primer (diolah)

Deskripsi Penelitian

Pemahaman masyarakat Deli Serdang di kecamatan Tanjung Morawa terhadap perbankan

Pemahaman masyarakat Deli Serdang di kecamatan Tanjung Morawa tentang pengertian perbankan yang adalah lembaga usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit yaitu 58 orang responden paham, 25 orang cukup paham dan 17 orang tidak paham mengenai pengertian perbankan. Sedangkan untuk tujuan dari perbankan yang menunjang pembangunan kearah peningkatan kesejahteraan rakyat 40 orang responden mengatakan paham mengenai tujuan perbankan, 46 orang cukup paham dan 14 orang tidak paham. Sehingga dapat dilihat bahwa pemahaman masyarakat Deli Serdang di kecamatan Tanjung Morawa sudah cukup paham akan pengertian dan tujuan perbankan.

Pemahaman Perbankan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

Dari hasil tabulasi silang antara tingkat pemahaman perbankan berdasarkan tingkat pendidikan responden digambarkan bahwa tingkat pemahaman yang paling tinggi pada tingkat pendidikan responden sarjana, dimana untuk pemahaman mengenai pengertian perbankan sebanyak 37 orang menyatakan paham dan 31 orang menyatakan paham dengan tujuan perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan responden semakin luas pemahaman responden mengenai perbankan yang didapat responden melalui ilmu yang didapat di lembaga pendidikan atau universitas.

Tabel 1.2
Tabulasi Silang Pemahaman Perbankan Berdasarkan
Tingkat Pendidikan Responden

Pernyataan Pendidikan		Tingkat Pemahaman			Total
		Tidak Paham	Cukup Paham	Paham	
Pengertian Bank	SMA	9	12	7	28
	Diploma	5	9	14	28
	Sarjana	3	4	37	44
	Total	17	25	58	100
Tujuan Bank	SMA	10	15	3	28
	Diploma	2	20	6	28
	Sarjana	2	11	31	44
	Total	14	46	40	100

Sumber : data primer, diolah

Tingkatan Pemahaman Perbankan Berdasarkan Pekerjaan Responden

Tingkat pemahaman responden berdasarkan pekerjaan melalui tabulasi silang didapat bahwa untuk pengetahuan mengenai perbankan baik tujuan maupun pengertian perbankan responden dengan pekerjaan sebagai wirausahalah yang lebih paham dibandingkan dengan responden dengan pekerjaan lain, dimana untuk pengertian bank 27 responden menyatakan paham dan 15 responden menyatakan paham tujuan bank. Pemahaman wirausaha didukung oleh kebutuhan responden akan produk perbankan sehingga kemauan responden wirausaha lebih tinggi untuk mengetahui produk keuangan perbankan yang ada. Melalui uji beda *Paired samples test* tingkat pemahaman berdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan responden didapat nilai p value lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan tingkat pemahaman pada jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan responden.

Pemahaman masyarakat terhadap produk penghimpunan masyarakat terhadap bank

Tingkat pemahaman masyarakat akan produk keuangan yang ditawarkan perbankan menunjang preferensi masyarakat untuk menggunakan produk-produk keuangan perbankan. Maka melalui kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden didapat pemahaman akan produk keuangan oleh masyarakat. Pada produk keuangan tabungan 75 responden mengatakan paham, 20 responden pernah tahu dan 5 orang tidak paham dari 100 responden mengenai produk tabungan. Kemudian untuk produk Deposito 44 masyarakat mengatakan paham, 38 responden pernah tahu dan 18 responden mengatakan tidak paham. Sementara untuk produk simpanan giro 49 orang responden mengatakan paham, 35 responden mengatakan pernah tahu dan 16 orang tidak paham akan produk simpanan giro. Untuk Sertifikat deposito dari 100 responden didapat 25 orang mengatakan paham mengenai produk sertifikat deposito, 48 orang pernah tahu dan 27 orang tidak paham. Dari keseluruhan hasil data yang didapat pada tabel diatas dapat dilihat bahwa masih banyak responden yang tidak memahami produk penyimpanan yang ditawarkan perbankan selain tabungan. Dengan data yang diperoleh diubah menjadi data nominal dengan melihat hubungan antara tingkat pendidikan dengan tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk penyimpanan

Pemahaman masyarakat terhadap produk penyaluran dana dari bank kepada masyarakat

Selain produk penyimpanan perbankan juga menawarkan produk keuangan yang menyalurkan dana dari bank kepada masyarakat dalam bentuk kredit baik itu kredit konsumsi, produktif, investasi dan modal kerja serta kredit program. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden maka didapatkan data pemahaman masyarakat Tanjung Morawa terhadap produk penyaluran dana. Berdasarkan 100 responden yang diambil dalam mengukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk penyaluran dana dari bank kepada masyarakat dimana pada kredit konsumsi sebanyak 55 orang mengatakan paham, 38 orang kurang paham dan 7 orang tidak paham atas kredit konsumsi. Kemudian pada Kredit Produktif dari 100 responden didapat 39 responden yang paham, 40 responden menyatakan kurang paham dan 21 responden menyatakan tidak paham pada kredit produktif. Untuk kredit investasi 23 responden menyatakan paham, 34 responden menyatakan kurang paham dan 43 tidak paham pada kredit investasi. Pada Kredit Modal kerja 18 orang responden menyatakan paham, 35 responden menyatakan kurang paham, dan 47 responden tidak paham pada kredit modal kerja. Sementara untuk kredit program (KUK, Kredit nelayan, KUR, dll) sebanyak 57 responden menyatakan paham, 33 responden menyatakan kurang paham dan 10 menyatakan tidak paham pada kredit program.

Pemahaman masyarakat terhadap produk jasa-jasa lain yang ditawarkan perbankan

Selain dari penyimpanan dan penyaluran dari masyarakat kepada bank dan sebaliknya bank juga menawarkan produk jasa-jasa perbankan yang dapat membantu masyarakat dalam memperlancar transaksi lalu lintas pembayaran. Perlu adanya pemahaman masyarakat terhadap jasa-jasa perbankan ini agar memudahkan masyarakat dalam memutuskan jasa mana yang mereka butuhkan. Maka dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner didapat bahwa pemahaman masyarakat terhadap jasa-jasa keuangan perbankan masih kurang dimana jasa transfer yang paling dipahami oleh masyarakat Tanjung Morawa yaitu sebanyak 66 responden menyatakan paham terhadap jasa transfer, 24 responden hanya menyatakan hanya pernah tahu tentang jasa transfer dan 10 orang tidak paham jasa transfer. Kemudian selain jasa transfer jasa kartu kredit juga cukup dipahami oleh masyarakat Tanjung Morawa dimana 55 responden menyatakan paham, 24 responden menyatakan pernah tahu, 21 responden tidak paham terhadap jasa kartu kredit. Selain jasa transfer dan kartu kredit masih terdapat jasa perbankan lain seperti *Bank Draft*, kliring, *Safe Deposit Box*, Bank Garansi, *Letter of Credit*, *Travel Cheque*, *Bank Notes*. Namun melalui data yang ada pada tabel menggambarkan kurangnya pemahaman masyarakat Tanjung Morawa terhadap jasa perbankan selain transfer dan kartu kredit, banyak yang hanya sekedar pernah tahu dan belum memahami akan jasa-jasa lain yang ditawarkan perbankan.

Kurangnya pemahaman ini mempengaruhi kurangnya minat masyarakat terhadap jasa keuangan perbankan. Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa responden lebih memahami jasa transfer dan kartu kredit karena jasa transfer dan kartu kredit yang paling sering digunakan dalam transaksi sehari-hari dan yang paling mendukung dalam pekerjaan kebanyakan responden yang didominasi bekerja sebagai wiraswasta. Sementara untuk jasa perbankan yang lain responden merasa kurang membutuhkan jasa tersebut sehingga kurang memahami mengenai jasa perbankan tersebut.

Pemahaman masyarakat terhadap prosedur permohonan produk keuangan

Dalam pengajuan penyimpanan, kredit maupun jasa perbankan lainnya diperlukan pemahaman terhadap prosedur dan persyaratan yang diminta bank untuk dapat dipenuhi calon nasabah agar permohonan penyimpanan, kredit maupun jasa perbankan yang dibutuhkan dapat dipenuhi perbankan. Selain itu dengan tingkat pemahaman yang tinggi mengenai prosedur permohonan produk keuangan perbankan akan memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk keuangan yang digunakannya. Maka berdasarkan 100 responden

yang telah mengisi kuesioner yang telah dibagikan penulis sehingga didapat data yang menggambarkan pemahaman masyarakat Tanjung Morawa terhadap produk jasa keuangan perbankan yang terdapat dalam tabel berikut :

Tabel 1.3
Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Prosedur Permohonan Produk-Produk Keuangan

Jenis Produk Keuangan	Tingkat Pemahaman			Total
	Tidak Paham	Kurang Paham	Paham	
Penyimpanan dana pada bank	10	18	72	100
Penyaluran dana oleh bank	25	27	48	100
Jasa bank lainnya	31	39	30	100

Sumber : data primer (diolah)

Dari tabel menggambarkan bahwa masyarakat Tanjung Morawa banyak yang memahami tentang prosedur permohonan penyimpanan dana pada bank yaitu sebanyak 72 responden yang menyatakan paham, 18 responden menyatakan kurang paham dan 10 responden menyatakan tidak paham dari 100 responden yang telah diambil. Sedangkan untuk pemahaman masyarakat Tanjung Morawa terhadap prosedur permohonan penyaluran dana oleh bank didapat bahwa 48 responden menyatakan paham, 27 responden kurang paham, dan 25 responden tidak paham pada prosedur penyaluran dana oleh perbankan. Kemudian untuk prosedur permohonan atas jasa-jasa perbankan yang lain 30 responden menyatakan paham, 39 responden menyatakan kurang paham dan 31 tidak paham mengenai prosedur permohonan jasa-jasa perbankan lainnya. Kebanyakan responden lebih memahami jasa penyimpanan dana pada perbankan dikarenakan masih banyak pemahaman masyarakat yang hanya memahami bahwa kegunaan bank hanya untuk menyimpan dana dari masyarakat.

Media Masyarakat Dalam Mengetahui Produk-Produk Keuangan yang Ditawarkan Perbankan

Berbagai media yang digunakan perbankan dalam memperkenalkan produk keuangan yang dimilikinya kepada masyarakat, sehingga masyarakat paham tentang produk keuangan yang ditawarkan. Dengan memahami produk keuangan yang ada akan menarik masyarakat untuk bersedia menggunakan produk-produk keuangan yang ada di perbankan. Baik itu dengan menggunakan media massa, sosialisasi yang dilakukan bank, *personal selling*, pihak ketiga dan lain-lain. Berikut ini adalah tabel yang menggambarkan mengenai media yang sering digunakan masyarakat dalam memahami produk-produk keuangan yang ditawarkan bank.

Tabel 1.4
Media yang Digunakan Masyarakat Dalam Mengetahui Produk Keuangan

Pihak	Tidak Pernah	Jarang	Sering	Total
Media Massa	24	51	25	100
Sosialisasi bank	15	39	46	100
<i>Personal selling</i>	35	30	35	100
Pihak ketiga	20	37	43	100

Sumber : data primer (diolah)

Sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank merupakan media utama yang banyak dipilih masyarakat Tanjung Morawa dalam mengetahui dan memahami mengenai produk-produk keuangan yang ditawarkan oleh perbankan. Sebanyak 25 responden menyatakan sering menggunakan media massa sebagai media untuk mengetahui mengenai produk keuangan, 51 responden menyatakan jarang menggunakan media massa sebagai media untuk mengetahui produk keuangan, 24 responden menyatakan tidak pernah. Sementara sosialisasi bank adalah pilihan yang paling mendominasi dipilih masyarakat Tanjung Morawa dalam memahami produk keuangan dimana 46 responden menyatakan sering menggunakan sosialisasi bank, 39 responden menyatakan jarang dan 15 responden menyatakan tidak pernah menggunakan sosialisasi bank.

Selain itu bank juga menggunakan *personal selling* untuk memberikan pemahaman pada masyarakat terhadap produk keuangan, dimana dari kuesioner yang disebar didapat 35 responden menyatakan sering menggunakan media *personal selling* dalam mengenal produk keuangan, 30 responden menyatakan jarang dan 35 menyatakan tidak pernah. Sebanyak 43 responden menyatakan sering memahami produk keuangan melalui pihak ketiga dimana pihak ketiga yang dimaksud adalah teman, keluarga dan lain-lain, 37 responden menyatakan jarang, 20 menyatakan tidak pernah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi bank adalah media yang paling diminati masyarakat Tanjung Morawa menjadi media yang digunakan untuk menambah pemahaman mereka terhadap produk-produk keuangan yang ditawarkan perbankan. Sehingga perlunya sosialisasi bank yang semakin luas dan rutin kepada masyarakat terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perbankan sehingga masyarakat akan lebih paham dan tidak mengalami kesulitan dalam menentukan produk dan jasa keuangan yang dibutuhkan dalam menunjang pekerjaan maupun kebutuhan transaksi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nasabah hanya memahami beberapa produk keuangan yang mereka gunakan saja. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang lebih memahami produk-produk yang banyak digunakan masyarakat dalam keseharian dan kurang memahami produk keuangan perbankan lainnya.
2. Dalam meningkatkan pemahaman masyarakat Tanjung Morawa terhadap produk-produk keuangan yang ditawarkan perbankan, bank masih kurang melakukan sosialisasi tentang produk-produk yang mereka miliki sehingga masyarakat kurang memahami tentang produk yang ada. Dengan tingkat pemahaman masyarakat yang cukup akan mempermudah masyarakat dalam menentukan produk keuangan mana yang dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan akan lalu lintas pembayaran dan juga

membantu bank dalam membangun persepsi masyarakat untuk menggunakan produk keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin, 2006. *Dasar Dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya.
- Irmayanto, Juli dkk, 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan*, Jakarta: Universitas Trisakti.
- Insukindri, DR, MA, 1997, “*Ekonomi Uang dan Bank, Teori dan Pengalaman di Indonesia*”, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2011. *Dasar Dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Lubis, Irsyad, 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Medan: USU Press.
- Mowen, Jhon C, 2002. *Perilaku Konsumen Edisi 5*, Jakarta: Erlangga
- Sumarwan, Ujang, 2011, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Ghali Indonesia.
- Setiadi, Nugroho, 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana.
- Triandru, Sigit dan Totok Budisantoso, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein, 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Website

<http://knowledgesforfuture.blogspot.com/2012/12/cara-memasukkan-dan-mengolah-data.html> (10 Januari 2014)

<http://daiwanalbantani-daiwan.blogspot.com/2013/10/pengetahuan-konsumen-tentang-produk.html> (8 April 2014)