

# **STUDI TENTANG KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SUMUT CABANG USU MEDAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

Adli Nazrian dan Paidi Hidayat

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to find out what are the driving factors of customers to deposit their money in Bank Sumut. The driving factors that analyzed in this research are availability of products, location, security, promotion, and the credibility of the bank. This research used primary data that collected through questionnaires distributed to 100 Bank Sumut customers. The research uses descriptive analysis and Analytical Hierarchy Process (AHP). The result of the research shows that the driving factors of customers to save in Bank Sumut ordinarily are availability of products, locations, security, credibility of the bank and promotion.*

*Keywords: AHP, banking, bank deposit, and bank customers.*

## **I. Pendahuluan**

Bank Sebagai lembaga keuangan merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian meyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman untuk jangka waktu tertentu. Kegiatan untuk menghimpun dana sangat menentukan jumlah dana yang dapat dikembangkan oleh bank penanaman dana yang menghasilkan pendapatan bagi bank tersebut.

Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak bank harus dapat memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada nasabah/ penyalir. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat menanamkan dananya (Kasmir, 2008).

Dalam membuat keputusan menabung biasanya masyarakat memperhatikan tingkat bunga. Tabungan dalam pandangan ekonom neoklasik diartikan sebagai fungsi dari tingkat bunga. Tingkat bunga tabungan yang lebih tinggi bisa menarik masyarakat untuk menabung lebih banyak uangnya dengan mengorbankan konsumsi. Pengorbanan konsumsi ini dilakukan dengan harapan bahwa menabung akan menguntungkan mereka untuk konsumsi masa depan (Mankiw dalam Delta Khairunnisa 2003). Akan tetapi ada hal menarik dari perilaku masyarakat dewasa ini mengenai minat untuk menyimpan dananya di bank terutama tabungan yaitu bahwa nasabah/penabung tidak lagi menganggap bunga sebagai faktor terpenting dalam membuat keputusan menabung tetapi lebih memilih kepada kemudahan dan kenyamanan bertransaksi (Dinie Suryani, 2009).

## **II. Tinjauan Teoritis**

### **2.1 Pengertian bank**

Bagi masyarakat awam mungkin masih banyak beranggapan bahwa bank hanya sebagai tempat untuk menabung dan meminjam uang. Kenyataan bank banyak menawarkan jasa-jasa lainnya disamping sekedar menawarkan jasa penyimpanan uang/tabungan dan meminjamkan uang/kredit. Berbeda halnya dengan orang yang memang mengerti perbankan dalam menafsirkan pengertian bank itu sendiri.

Di dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 dalam kasmir (2008) tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut F.E Perry dalam Veitzhal Rivai, Andria Permata Veitzhal dan Ferry N.Idroes (2007:321) bank adalah suatu badan usaha yang transaksinya berkaitan dengan uang, menerima simpanan (deposit) dari nasabah, menyediakan dana atas setiap penarikan, melakukan penagihan cek- cek atas perintah nasabah.

Memberikan kredit dan atau menanamkan kelebihan simpanan tersebut sampai dibutuhkan untuk pembayaran kembali. Pendapat F.E Perry disini lebih memberikan spesifikasi atau detail jenis kegiatan yang umumnya dilakukan oleh bank sesuai statusnya sebagai badan usaha yang berkaitan dengan transaksi keuangan.

Menurut Howard D. Crosse dan George J. Hemple dalam Veitzhal Rivai Andria Permata Veitzhal dan Ferry N. Idroes (2007:321) mengartikan bank sebagai suatu organisasi yang menggabungkan usaha manusia dan sumber sumber keuangan untuk melaksanakan fungsi bank dalam rangka melayani kebutuhan masyarakat dan untuk memperoleh keuntungan bagi pemilik. Berbeda dari dua pendapat di atas sebelumnya, pendapat Howard dan George lebih menekankan pengertian bank pada fungsi dan motif bank. Fungsi bank dimaksud adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat sedangkan motif bank adalah untuk memperoleh keuntungan khususnya bagi pemilik bank. Bank juga digambarkan sebagai organisasi yang menggabungkan usaha manusia dalam mengelola sumber keuangan demi tujuan tersebut.

Dari berbagai pengertian bank di atas maka dapat disimpulkan bahwa bank berkaitan erat dengan transaksi keuangan dimana masyarakat yang menjadi objek/ sasaran agar transaksi tersebut terjadi. Bank juga menyediakan jasa-jasa lain yang dapat menjadi alternatif pilihan demi memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Hal yang juga penting dari interaksi ini adalah bahwa kedua belah pihak dapat saling diuntungkan.

### **2.2 Peranan bank**

Perekonomian suatu Negara akan berjalan seirama antar pelaku aktivitas ekonomi apabila terdapat hubungan kerjasama yang baik. Hubungan kerjasama ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Kerjasama di masyarakat akan membutuhkan dana sebagai unit deficit juga masyarakat yang kelebihan dana sebagai unit surplus.

Institusi yang berperan dalam proses mempertemukan unit defisit dan unit surplus dimasyarakat dirasakan perlu agar kerjasama bisa terwujud antar pelaku ekonomi. Bank merupakan satu alternative yang membantu mewujudkan kerjasama tersebut

### **2.3 Fungsi Bank**

Bank sebagai sebuah lembaga keuangan tentu memiliki fungsi seperti halnya lembaga lain. Fungsi bank dalam perekonomian suatu Negara diklasifikasikan sebagai berikut (Irsyad Lubis 2010)

1. Fungsi bank Sebagai *Agent of Trust*

Artinya bahwa aktivitas bank sebagai financial intermediary menjalankan fungsinya atas dasar kepercayaan yang diterima oleh bank dari masyarakat kepercayaan masyarakat yang diberikan berupa amanat agar bank mengelola dan mengamankan dana yang disimpan masyarakat di bank tersebut. Fungsi bank sebagai *Agent of Trust* ini tentu tidak terlepas dari prinsip saling menguntungkan bagi kedua belah pihak

2. Fungsi bank Sebagai *Agent of development*

Guna mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan dalam perekonomian, bank dianggap sebagai lembaga yang cukup berperan signifikan. Hal ini dikarenakan aktivitas bank sebagai *financial intermediary* dapat mempertemukan sektor riil dan sektor moneter untuk berinteraksi. Sebagian besar peredaran uang dalam perekonomian terjadi melalui institusi perbankan sehingga interaksi sektor riil dan sektor moneter diharapkan berjalan dengan baik demi mendukung proses pembangunan.

3. Fungsi Bank sebagai *Agent of service*

Bank diketahui juga sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa yang lebih beragam, dengan kata lain aktivitas perbankan tidak hanya terbatas dalam hal menghimpun dana dan menyalurkan dana ditengah masyarakat

**2.4 Kerangka Konseptual**

Adapun Kerangka konseptual yang menjadi penelitian keputusan menabung di Bank Sumut ialah:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

**III. Metode Penelitian**

**3.1 Metode Analisis Data**

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan pengumpulan data melalui program Analytical Hierarchy process (AHP) dan analisis deskriptif

**3.2 Analisis Deskriptif**

Analisis ini memberikan gambaran tentang karakteristik tertentu dari data yang telah dikumpulkan. Data tersebut akan dianalisis sehingga menghasilkan gambaran mengenai apa saja yang menjadi faktor-faktor untuk menjadi nasabah di Bank Sumut. Analisa data disajikan dalam bentuk tabulasi, gambar / chart dan diagram

**3.3 Analytical Hierarchy Process**

Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Prof. Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini menguraikan masalah multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki, menurut Saaty

(1993), hirarki didefinisikan dalam suatu struktur multi level dimana level pertama adalah tujuan yang diikuti level faktor, kriteria dan sub kriteria dan seterusnya ke bawah hingga level terbawah dari alternative.

*Analytical Hierarchy process (AHP)* sering digunakan sebagai metode pemecahan masalah disbanding dengan metode yang lain karena alasan-alasan sebagai berikut:

1. Struktur yang berhirarki
2. Memperhitungkan Validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternative yang dipilih oleh pengambilan keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan

*Analytical Hierarchy Process (AHP)* mempunyai landasan aksiomatik yang terdiri dari:

1. *Resiprocal Comparison* yang mengandung arti bahwa matriks perbandingan berpasangan yang terbentuk harus bersifat kebalikan. Misalnya, jika A adalah k kali lebih penting dari pada B maka B adalah  $1/k$  kali lebih penting dari A.
2. *Homogenity*, yaitu mengandung arti kesamaan dalam melaksanakan perbandingan, misalnya, tidak dimungkinkan membandingkan jeruk dengan bola tenis dalam hal rasa, akan tetapi lebih relevan jika membandingkan dengan hal berat.
3. *Dependence* yang berarti setiap level mempunyai kaitan (*complete hierarchy*) walaupun mungkin saja terjadi hubungan yang tidak sempurna (*incomplete hierarchy*)
4. *Expectation* yang berarti menonjolkan penilaian yang bersifat ekspektasi dan preferensi dari pengambilan keputusan. Penilaian dapat merupakan data kuantitatif maupun yang bersifat kualitatif.

Secara Umum pengambilan keputusan dengan metode AHP di dasarkan pada langkah-langkah berikut :

1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan
2. Membuat struktur hierarki yang diawali dengan tujuan utama dilanjutkan dengan kriteria-kriteria dan alternative pilihan yang ingin di rangking
3. Membentuk matriks perbandingan berpasangan yang menggambarkan kontribusi relative atau pengaruh setiap elemen terhadap masing-masing tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya
4. Menormalkan data yaitu membagi nilai dari setiap elemen di dalam matriks yang berpasangan dengan nilai total dari setiap kolom
5. Menghitung nilai eigen vector dan meguji konsistensinya
6. Mengulangi langkah 3,4 dan 5 untuk seluruh tingkat hirarki
7. Menghitung nilai eigen vector dari setiap matriks perbandingan berpasangan
8. Menguji konsistensi hirarki, jika tidak memenuhi  $CR < 0,5$  maka penilaian harus diulang kembali.

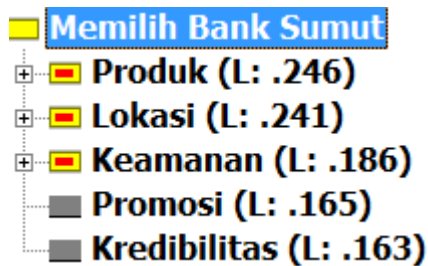
## **IV. Hasil Dan Pembahasan**

### **4.1 Profil Responden**

Profil Responden yang dimaksudkan disini adalah data yang menjadi keterangan pribadi seseorang responden, responden penelitian ini keseluruhannya adalah yang menjadi nasabah di Bank Sumut. Nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini juga harus memiliki rekening tabungan di Bank Sumut agar hasil penelitian yang didapat sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan yaitu untuk menentukan faktor apa saja yang menjadi keputusan menabung di bank sumut.

## 4.2 Hasil Pembobotan Memilih Bank Sumut

Keputusan menabung di Bank tentu dipengaruhi oleh faktor-faktor pendorong sebelum keputusan itu benar-benar dilakukan. Masing-masing orang dengan status dan profesi yang berbeda tentu memiliki faktor pendorong yang berbeda pula. Ada 5 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bank Sumut sebagai tempat menabung yaitu, produk dengan bobot paling tinggi sebesar 246, diikuti faktor Lokasi dengan bobot 241, Jaminan keamanan 186, Promosi dengan bobot 165, serta Kredibilitas yang memiliki bobot terendah sebesar 163.



Gambar 2. Hasil olah dengan metode AHP

### 4.2.1 Kriteria produk

Produk suatu Bank memiliki daya tarik sendiri dalam menarik calon nasabah untuk menabung di Bank Sumut, keanekaragaman produk jenis tabungan di suatu bank sebagai pendorong keputusan menabung, berdasarkan perhitungan pengolahan AHP (Analytical hierarchy process) faktor produksi mendapatkan bobot sebesar 246 kondisi ini didukung dengan adanya 51 % responden yang menyatakan setuju, dan sangat setuju sebanyak 13 %, sedangkan yang kurang setuju sebanyak 20 %, dan tidak setuju 15 5 responden serta 1% yang menyatakan sangat tidak setuju. Bahwa produk tabungan Bank Sumut menurut pengakuan mayoritas masyarakat termasuk produk tabungan yang sudah mampu memenuhi kebutuhan sebagai penabung, oleh karena itu Bank Sumut harus lebih mempertahankan kualitas serta terus melakukan penyempurnaan produknya agar masyarakat tetap setia menjadi nasabah.

### 4.2.2 Kriteria Lokasi

Lokasi Bank yang mudah di tempuh dapat menjadi alasan kenapa masyarakat menabung di bank Sumut. Berdasarkan perhitungan pengolahan data dengan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Lokasi mendapatkan bobot sebesar 241 kondisi ini didukung dengan adanya 60 % responden yang menyatakan setuju, dan sangat setuju sebanyak 21 % responden, yang Kurang setuju sebanyak 13 % responden, tidak setuju sebanyak 5% responden, serta 1 % responden menyatakan tidak setuju. Masyarakat menganggap faktor lokasi sebagai salah satu faktor pendukung untuk menabung di Bank Sumut, dimana masyarakat mengharapkan lokasi Bank Sumut yang mudah dijangkau dan penyediaan fasilitas ATM (*Automatic machine teller*), oleh karena itu penyebaran lokasi Bank Sumut harus menjadi prioritas Bank Sumut dalam mengembangkan unit-unit lokasi Bank Sumut tersebut agar tidak mengecewakan masyarakat yang menabung di Bank Sumut.

### 4.2.4 Kriteria jaminan keamanan

Jaminan keamanan juga mempunyai peran penting di dalam mendorong keputusan menabung di bank Sumut, Berdasarkan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

diperoleh bahwa faktor jaminan keamanan mendapatkan bobot sebesar 186 hal ini didukung dengan kondisi 49 % responden yang menyatakan setuju, 17 % responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 24 % responden kurang setuju, sedangkan yang tidak setuju sebanyak 10 % responden jaminan keamanan merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh Bank Sumut agar nasabah tetap menabung di Bank Sumut, dengan sistem pelayanan yang Terbaik dan segala fasilitas yang mendukung, yang membuat nyaman para nasabah.

#### **4.2.5 Kriteria Promosi**

Promosi Suatu Bank Dapat menjadi sebuah alasan kenapa masyarakat menabung di Bank Sumut, Berdasarkan Perhitungan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) faktor promosi mendapatkan bobot sebesar 165 hal ini didukung dengan adanya 49 % responden yang menyatakan setuju, dan sebanyak 13 % responden sangat setuju, sedangkan 29 % responden kurang setuju, yang tidak setuju 8%, serta 1 % responden menyatakan sangat tidak setuju. Promosi merupakan salah satu penarik minat masyarakat dalam menabung di Bank Sumut, baik itu promosi di media cetak (majalah, Koran) media elektronik (radio, televisi) dan beberapa media yang bisa menjadi promosi sehingga nasabah Bank Sumut dapat menambah jumlah nasabah.

#### **4.2.6 Kriteria Kredibilitas**

Kredibilitas adalah suatu bentuk kejujuran, integritas dan keandalan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Berdasarkan pengolahan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) maka faktor Kredibilitas mendapatkan bobot sebesar 163 hal ini didukung dengan kondisi 51 % responden menyatakan setuju bahwa kredibilitas Bank menjadi salah satu faktor menabung di Bank Sumut, sebanyak 16 % responden sangat setuju, sedangkan yang kurang setuju sebanyak 27 % responden, yang tidak setuju sebanyak 6 % responden yang mengatakan bahwa tidak penting kredibilitas dari suatu bank dalam memilih Bank Sumut.

### **V. Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden, laki-laki sebanyak 53 orang (53%) sedangkan wanita 47 orang (47%)
2. Karakteristik responden berdasarkan usia dari 100 responden yang usia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang (4%), usia 20-30 tahun sebanyak 60 orang (60%), usia 31- 40 sebanyak 22 orang (22 %) , usia 41-50 sebanyak 11 orang (11%) sedangkan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 3 orang (3 %)
3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan mayoritas adalah para pegawai negeri sipil-BUMN sebanyak 33 orang (33 %), wiraswasta sebanyak 13 orang (13%) mahasiswa /pelajar sebanyak 32 orang (32 %), Ibu rumah tangga sebanyak 11 orang (11 %) serta lain lain sebanyak 11 orang (11 %)
4. Dari hasil perhitungan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) bahwa nasabah dalam memilih Bank Sumut sebagai tempat menabung dipengaruhi oleh produk (246), Lokasi (241), Jaminan Keamanan (186), Promosi (16,5), serta kredibilitas (163).

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang sebaiknya digunakan untuk dapat menabuh jumlah nasabah di Bank Sumut

1. Perlu ditingkatkan differensiasi produk sesuai dengan keinginan nasabah sehingga dapat meningkatkan calon nasabah baru di Bank Sumut
2. Perlu di tingkatkan kredibilitas untuk Bank Sumut agar nasabah lebih tertarik untuk menjadi nasabah Bank Sumut
3. Perlu ditingkatkan lagi upaya promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank Sumut

## DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Khoirunnisa, Delta. 2003. "Consumers Preference Toward Islamic Banking Case Study in Bank Muamalat Indonesia and Bank BNI syariah", *IQTISAD Journal of Islamic Economic*. Vol. 4 , No.2 : 145-168
- Lubis, Irsyad .2010. *Bank dan lembaga keuangan lain*. Medan: USU Press
- Mattews, Kent dan Jhon Thompson. 2008. *The Economic of Banking 2<sup>nd</sup> Edition*, New York : Jhon Wiley & Sons LTD.
- Rivai, Andria Permata Veithzal dan Ferry N, Idroes. 2007. *Bank and Financial Institution Management : Conventional and Syar'i system*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Saaty, T.L. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para pemimpin, Proses Hirarki Analitik Untuk Pengambilan Keputusan dalam situasi yang kompleks*. Jakarta : PT Binaan Pressindo
- Suryani, Dinie. 2009 "Peta Tabungan Perbankan", *Economic Review*, No.217: 1-5
- Swashta, Basu.1989. *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta : BFFE
- Winiardi. 1992. *Promosi dan Reklame*, Bandung : Penerbit Bandar Maju.
- [www.banksumut.com](http://www.banksumut.com).