

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan industri perbankan khususnya pada produk tabungan sangatlah ketat, dimana saat ini Indonesia memiliki 120 bank dan masing-masing memiliki produk dan fitur yang hampir sama. Berdasarkan jumlah tersebut bank dapat dikategorikan menjadi bank besar, menengah dan bank kecil dimana bank besar dan menengah memiliki modal dan infrastruktur yang memadai sehingga cukup mudah untuk mencari dan meraih target pasar khususnya produk tabungan. Namun sebaliknya, bagi bank kecil menjadi kesulitan untuk mencari target pasar sehingga butuh strategi khusus untuk mampu bersaing dan dapat tetap bertahan di industri perbankan baik regional maupun nasional. Ditambah dengan adanya peraturan bank berdasarkan POJK No. 6/POJK.03/2016 industri perbankan di bagi dalam 4 BUKU yang membatasi kegiatan usaha berdasarkan modal inti untuk mengantisipasi risiko yang dihadapi, sehingga menabuh sulit ruang gerak bagi bank kecil.

Salah satu strategi yang bisa dilakukan bagi bank kecil (Buku I dan II) adalah dengan pemilihan target pasar yang tidak banyak disentuh dan digarap oleh bank besar yaitu target pasar pelajar khususnya siswa SMA. Target pasar pelajar SMA bagi bank besar bukan merupakan sesuatu hal yang menarik karena pelajar SMA belum memiliki penghasilan dan hanya mengandalkan uang saku dari orang tua sehingga untuk kemampuan dan kapasitas menabungnya masih rendah.

Namun bagi bank dengan skala kecil hal tersebut merupakan sesuatu hal yang potensial dan merupakan menjadi sesuatu hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut yaitu motivasi siswa pelajar SMA untuk menabung di bank dengan menawarkan fitur dan produk yang sesuai kebutuhan pelajar.

Satu hal yang menarik untuk diamati pada segmen usia sekolah yaitu pelajar tingkat SD sampai SMA. Berdasarkan data BPS (<http://www.bps.go.id/>) tahun 2014 jumlah pelajar di Indonesia dari SD – SMA dan MTs – MA dengan total sebesar 47.718.284 siswa dari 243.390 sekolah. Berikut data jumlah pelajar dan sekolah di Indonesia pada tahun 2014.

Tabel 1.1-1 Jumlah Sekolah dan Pelajar

Tahun	2014	
	Jumlah Pelajar	Jumlah Sekolah
SD	26.504.160	148.272
SMP	9.715.203	35.488
SMA	4.292.288	12.409
MTs	2.817.027	16.283
MI	3.290.240	23.678
MA	1.099.366	7.260
Total	47.718.284	243.390

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data tersebut bagi perbankan khususnya bagi bank skala kecil, terlihat potensi dan tantangan yang cukup besar untuk memasarkan produk tabungan yaitu dengan menarik minat membuka tabungan bagi siswa SMA.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tidak banyak yang membahas mengenai target pasar pelajar SMA karena minat dan kapasitas dan kemampuan untuk menabung sehingga bukan merupakan sesuatu hal yang menarik untuk menjadi objek penelitian baik skala internasional seperti pada tabel 1.1-2 berikut.

Tabel 1.1-2 Hasil Penelitian Terdahulu Skala Internasional

No.	Peneliti	Judul	Metode
1.	(Kaynak & Harcar, 2004)	<i>American Consumers' Attitudes Towards Commercial Banks A Comparison Of Local And National Bank Customers By Use Of Geodemographic Segmentation.</i>	<i>Self-administrated questionnaires.</i>
2.	(Haque, 2010)	<i>Islamic Banking In Malaysia: A Study Of Attitudinal Differences Of Malaysian Customers.</i>	<i>Anova and t test.</i>
3.	(Lee & Marlowe, 2003)	<i>How Consumers Choose A Financial Institution : Decision Making Criteria And Heuristics, International Journal Of Banking Marketing.</i>	<i>Focus group and questionnaire, factor analysis.</i>
4.	(Bhattacharyya & Rahman, 2004)	<i>Capturing The Customer's Voice, The Centerpiece Of Strategy Making: A Case Study In Banking.</i>	<i>Personal interviews: Quality Function Deployment.</i>
5.	(Zineldin, 1996)	<i>Bank Strategic Positioning And Some Determinants Of Bank Selection.</i>	<i>Mailed questionnaires, cross tabulation.</i>
6.	(Mokhlis, 2009)	<i>Determinants of Choice Criteria in Malaysia's Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions.</i>	<i>Factor Analysis.</i>

No.	Peniliti	Judul	Metode
7.	(Joseph, McClure, & Joseph, 1999)	<i>Service Quality In The Banking Sector : The Impact Of Technology On Service Delivery.</i>	<i>Anova, 300 questionnaire.</i>
8.	(Kaynak & Harcar, 2004)	<i>American Consumers' Attitudes Towards Commercial Banks A Comparison Of Local And National Bankcustomers By Use Of Geodemographic Segmentation.</i>	<i>Anova, importance and satisfaction rating.</i>
9.	(Alfansi & Sargeant, 2000)	<i>Market Segmentation In The Indonesian Banking Sector: The Relationship Between Demographics And Desired Customer Benefit.</i>	<i>Cluster analysis.</i>
10.	(Mokhlis, 2012)	<i>Demographic Discriminators Of Service Quality In The Banking Industry.</i>	<i>Mailed questionnaire, factor analysis principal component analysis.</i>
11.	(Babakus, Eroglu, & Yavas, 2004)	<i>Modeling Consumers Choice Behaviour: An Application In Banking.</i>	<i>Establishment of discriminant validity.</i>
12.	(Zineldin, 2005)	<i>Quality And Customer Relationship Management (CRM) As Competitive Strategy In The Swedish Banking Industry.</i>	<i>personal and postal interviews cross tabulation and factor analysis.</i>

No.	Peneliti	Judul	Metode
13.	(Minhas & Jacobs, 1996)	<i>Benefit Segmentation By Factor Analysis: An Improved Method Of Targeting Customers For Financial Services.</i>	<i>Factor Analysis.</i>

Maupun penelitian nasional seperti penelitian pernah dilakukan di kalangan siswa SMA di kota Medan, seperti digambarkan pada tabel 1.1-3 berikut.

Tabel 1.1-3 Hasil Penelitian Terdahulu Skala Nasional

No.	Peneliti	Judul	Faktor
1.	(Dakhi & Lubis, 2014)	Analisis Minat Menabung di Kalangan Siswa SMA Negeri di Kota Medan.	<ul style="list-style-type: none"> - Menghadapi masa depan. - Membiayai pendidikan di masa yang akan datang. - Membiayai keperluan tidak terduga. - Mengatasi kesulitan pada waktu terdesak. - Membatasi pengeluaran. - Berhemat - Menuruti anjuran orang tua. - Mencontoh orang tua - Uang saku yang relatif rendah.

No.	Peneliti	Judul	Faktor
2.	(Abdallah & Lubis, 2015).	Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan.	- Reputasi bank syariah - Faktor lokasi bank syariah - Uang saku siswa-siswa MAN yang relatif rendah - Sistem bagi hasil

Berdasarkan hal tersebut peneliti melihat masih terdapat *research gap* dari penelitian penelitian sebelumnya baik dari internasional maupun nasional seperti yang diuraikan pada tabel berikut.

Tabel 1.1-4 *Research Gap* Penelitian

Research Gap	Hasil yang Diharapkan	Metode	Sumber Data
1. Penelitian ini mengungkapkan faktor-faktor pendorong siswa menabung di bank lebih detail dan mengeksplor lebih banyak dari penelitian sebelumnya.	Mendapatkan sejumlah faktor pendorong yang menjadi preferensi pelajar SMA untuk menabung di Bank.	Analisis faktor eksploratori untuk simplifikasi data dari sejumlah variabel asal yang jumlahnya banyak menjadi sejumlah variabel baru yang jumlahnya lebih sedikit dari	Data Primer : - Menggunakan kuesioner untuk menguji data teori dengan fakta lapangan. - Wawancara langsung dengan <i>expert</i> (ahli).

Research Gap	Hasil yang Diharapkan	Metode	Sumber Data
2. Penelitian ini mengadopsi dari lieteratur-literatur penelitian internasional terdahulu yang konteksnya untuk <i>customer</i> umum namun telah disesuaikan untuk konteks pelajar.		variabel asal, dan variabel baru tersebut dinamakan faktor atau variabel laten atau konstruk atau variabel bentukan.	Data Sekunder : - Investigasi dari literatur penelitian terdahulu baik nasional dan internasional.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melihat masih ada faktor-faktor yang belum di uraikan pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Sehingga peneliti perlu telaah lebih lanjut atas faktor-faktor apa saja yang mendorong siswa untuk menabung di bank. Pemahaman secara lebih baik akan faktor yang memotivasi siswa untuk menabung di bank memungkinkan pemasar menciptakan penawaran yang lebih baik.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Objek penelitian ini adalah pelajar SMA di wilayah Jabodetabek. Pemilihan objek ini dikarenakan bagi bank besar pelajar SMA merupakan target pasar yang

tidak menarik untuk di jadikan sasaran karena pelajar SMA belum memiliki penghasilan dan hanya mengandalkan uang saku dari orang tua sehingga untuk kemampuan dan kapasitas menabungnya masih rendah. Namun bagi bank dengan skala kecil hal tersebut merupakan sesuatu hal yang potensial dan merupakan menjadi sesuatu hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut yaitu motivasi siswa pelajar SMA untuk menabung di bank dengan menawarkan fitur dan produk tabungan yang sesuai kebutuhan pelajar. Dan pada penelitian ini aspek yang dibahas adalah dari segi aspek fitur produk tabungan dan layanan bank.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, masalah dapat di indentifikasi sebagai berikut:

1. Faktor – faktor pendorong preferensi siswa untuk menabung belum terungkap secara lebih detail.
2. Target pasar pelajar SMA untuk produk tabungan merupakan hal yang menarik untuk di telaah lebih lajut bagi bank dengan skala kecil.
3. Potensi jumlah pelajar di Indonesia cukup besar yang dapat di jadikan target pemasaran produk tabungan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan di analisis adalah mengksplorasi faktor-faktor yang mendorong atau memotivasi siswa menabung di bank yang belum di uraikan pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Sehingga peneliti perlu

telaah lebih lanjut atas faktor-faktor apa saja yang memotivasi siswa menabung di bank.

1.5 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini batasan masalah yang akan di teliti adalah faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan untuk siswa menabung di bank. Hasil pengembangan faktor-faktor pendorong pelajar SMA menabung di bank yang diuraikan berdasarkan pada literatur, penelitian-penelitian sebelumnya dan hasil interview dari praktisi perbankan dan akademisi.

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan siswa untuk menabung di bank.

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan, dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi industri perbankan untuk khususnya untuk target pasar pelajar SMA. Di harapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan menentukan strategi-strategi apa yang harus diambil dalam kaitannya untuk meningkatkan jumlah nasabah penabung khususnya untuk segmentasi pelajar.

2. Pembaca, memberikan informasi dan sebagai bahan pembandingan untuk penelitian lebih lanjut mengenai masalah sejenis dalam dimensi, tempat dan waktu yang berbeda, baik yang bersifat melanjutkan maupun yang bersifat melengkapi.
3. Akademisi, melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti antara teori ilmiah yang didapatkan dengan penerapannya di perusahaan.

