

ANALISIS MOTIVASI EKSTRINSIK PETANI DALAM MENABUNG DI BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) UNIT UKUI KECAMATAN UKUI KABUPATEN PELALAWAN

Rizal, Evy Maharani, Eliza
Fakultas Pertanian Universitas Riau
Kode Pos 28293

ABSTRACT

The purpose of this research is to motivation extrinsic analysis of the farmers in saving money in ukui unit bank rakyat indonesia (BRI). This article discusses about the extrinsic motivation of farmers in saving money in Ukui Unit BRI. This research is using interview method 86 selected sample by questionnaire. The data source used are primary data using a Likert's Summated Rating Scale (SLRs). This research was conducted in BRI Unit Ukui at Jalan Lintas Timur Ukui in Sub-District of Ukui, Pelalawan, and started from March 2015-August 2016. The results showed that the average of the extrinsic motivation of farmers in save in Ukui Unit BRI consisting of a service, product, promotion, interest and location are categorized as "high" with a score of 3.66. With respective scores are 4.06 for service categorized as "high", 3.51 for the products categorized as "high", 3.52 for promotion categorized as "high", 3.53 for interest categorized as "high" and 3.70 for location categorized as "high".

Keywords: *Motivation, saving money in bank, farmer*

PENDAHULUAN

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah meminjamkan uang yang disimpan kepadanya. Lembaga keuangan ini akan mendorong masyarakat untuk menyimpan uangnya, dengan diberi balas jasa sebagai pendapatannya berupa bunga atas simpanannya. Simpanan yang terkumpul oleh bank akan dipinjamkan kembali kepada perorangan atau perusahaan yang membutuhkannya. Keberhasilan suatu bank, kesuksesan dalam bisnis dan kelanjutan aktivitas usaha, banyak tergantung pada bagaimana cara dan bentuk pelayanan yang

diberikan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan yang baik dan berkualitas sangat dibutuhkan masyarakat untuk membuat konsumen betah dan menjadi pelanggan tetap karena perusahaan yang menjadi langganannya sudah menjadi pilihan yang terbaik.

Dalam bisnis dunia perbankan, pelayanan berkualitas menyangkut bagaimana cara pegawai bank memperlakukan nasabah sedemikian rupa sehingga dia memperoleh persepsi positif dari nasabah. Kepercayaan masyarakat amat penting artinya bagi seluruh bank karena akan dapat meningkatkan jumlah nasabah dan menghimpun dana untuk keperluan operasionalnya. Kepercayaan masyarakat

akan terlihat dari besarnya dana giro, deposito dan tabungan (Kasmir, 2007). Bank dituntut untuk dapat melaksanakan jasa yang telah dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Suatu bank hanya membuat janji tanpa pernah ada realisasinya tentu akan mengurangi kredibilitas bank tersebut di mata konsumen. Respon dari karyawan terhadap konsumen sangat membantu dalam meningkatkan pelayanan dan jumlah nasabah pada suatu bank. Mata pencaharian masyarakat di Kabupaten Pelalawan, Kecamatan Ukui, terbagi dalam beberapa bagian seperti petani, pegawai, pedagang, buruh dan lain-lainnya. Namun sebagian besar mata pencarian masyarakat adalah petani. Petani yang ada di Kecamatan Ukui mayoritas menabung di BRI Unit Ukui. Keberadaan BRI Unit Ukui dapat menghimpun dana dari petani dengan membuka rekening tabungan.

BRI Unit Ukui dapat melakukan berbagai cara untuk menarik perhatian petani dalam meningkatkan jumlah penabungnya, seperti dengan memberikan tingkat suku bunga yang memuaskan, pelayanan yang baik, pemberian hadiah yang menarik dan jaminan keamanan dari pemerintah terhadap dana yang disimpan. Proses tersebut secara otomatis akan mempromosikan BRI Unit Ukui menjadi lebih baik dibandingkan bank lainnya. Jumlah nasabah bank BRI Unit Ukui bahwa peningkatan nasabah selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya, yang 40% nasabahnya adalah petani. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang motivasi ekstrinsik petani dalam menabung di BRI Unit Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. BRI Unit Ukui adalah Bank pertama yang ada di daerah Kecamatan Ukui yang sampai saat ini terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. BRI Unit Ukui mulai beroperasi pada 1 November 2000 di wilayah Kecamatan Ukui dan melakukan berbagai cara untuk menarik

perhatian petani dalam meningkatkan jumlah penabungnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis motivasi ekstrinsik petani dalam menabung di BRI Unit Ukui.

METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BRI Unit Ukui yang beralamat di Jalan Lintas Timur Ukui Kecamatan Ukui, Kabupaten Pelalawan, Propinsi Riau. Penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2015-Agustus 2016

2. Metode Pengambilan Sampel dan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di BRI Unit Ukui yang berjumlah 16.150 nasabah pada tahun 2014 (BRI Unit Ukui). Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode *accidental sampling*.

3. Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tertentu tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Yang mana umumnya opsi jawaban terdiri atas lima opsi sebagai berikut : (1) Sangat Rendah (SR); (2) Rendah (R); (3) Sedang (S); (4) Tinggi (T); (5) Sangat Tinggi (ST) (Sugiyono, 2009).

Rentang skala Untuk menentukan kategori jawaban tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Skor Variabel} = \frac{\text{Skala Tertinggi} - \text{Skala Terendah}}{\text{Banyak Skala}} - 0,01$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5 - 1}{5} - 0,01 = 0,79$$

Berdasarkan perhitungan, maka secara keseluruhan analisis motivasi petani dalam menabung di BRI Unit Ukui dibagi menjadi 5 yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan jawaban skor dari tujuan penelitian.

Kategori	Skala	Skor
Sangat Rendah (SR)	1	1,00 – 1,79
Rendah (R)	2	1,80 – 2,59
Cukup (C)	3	2,60 – 3,39
Tinggi (T)	4	3,40 – 4,19
Sangat Tinggi (ST)	5	4,20 – 5,00

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil BRI Unit Ukui

Tingginya permintaan masyarakat terhadap menabung di bank BRI sehingga berdirilah BRI Unit Ukui di Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau pada tanggal 10 november 2000. Atas perpanjangan dari BRI Unit Sorek dan BRI Unit Ukui membuka cabang baru di

Kecamatan Kerumutan, Kecamatan Pangkalan Lesung dan Desa SP 3A dengan struktur kepemimpinan yang baru juga sehingga masyarakat yang ingin menabung semakin lebih dipermudah. Adapun perkembangan nasabah BRI Unit Ukui dari tahun 2011 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Jumlah Nasabah yang Menabung di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Ukui 2011-2014

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Jiwa)
1	2011	1259
2	2012	1362
3	2013	1458
4	2014	1500

2. Motivasi

Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupannya, yang dalam hal ini motivasi yang merupakan proses yang dapat mendorong petani dalam menabung di Bank BRI Unit Ukui menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup

Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik yaitu motivasi eksternal yang muncul dari luar diri pribadi petani seperti kondisi lingkungan luar merupakan salah satu faktor yang

mempengaruhi motivasi. Misalnya adalah kualitas pelayanan dapat diukur baik atau tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah bukan berdasarkan penyedia jasa dan beberapa aspek lingkungan luar lainnya yang dapat mempengaruhi nasabah petani dalam motivasi menabung.

Tabel 3. Motivasi Ekstrinsik Petani Menabung di BRI Unit Ukui

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nilai skor	Rata skor	Kategori
Motivasi Ekstrinsik	a. Pelayanan	Kejelasan Informasi	3,94	4,06	Tinggi
		Keramahan dan Kesopanan	3,93		
		Keamanan	4,31		
	b. Produk	Kualitas produk	3,34	3,51	Tinggi
		Macam produk	3,67		
	c. Promosi	Tingkat promosi	3,56	3,52	Tinggi
		Jenis promosi	3,49		
	d. Suku bunga	Suku bunga	3,53	3,53	Tinggi
	e. Lokasi	Lokasi	3,70	3,70	Tinggi
	Rata-rata			3,66	Tinggi

a. Pelayanan

Pelayanan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, sehingga pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa (Assauri, 1999). Penilaian indikator dari sub variabel pelayanan dijabarkan pada Tabel 3.

Melihat perkembangan dan persaingan yang sudah semakin ketat dan di lain pihak kredit bermasalah tetap muncul, pemanfaatan informasi bank jelas menjadi semakin diperlukan sehingga petani tidak lagi merasa mudah untuk dipermainkan, sehingga dengan baiknya pelayanan BRI Unit Ukui melalui indikator kejelasan informasi dengan rata-rata skor 3,94 tergolong kategori tinggi karena kejelasan informasi yang diterima petani sudah baik dan menunjukkan bahwa petani merasa puas dan termotivasi untuk menabung di BRI Unit Ukui.

Selain kejelasan informasi dari BRI Unit Ukui yang tinggi, petani juga merasa bahwa pelayanan dari keramahan dan kesopanan yang diberikan pihak BRI Unit

Ukui juga memotivasi petani menabung dengan rata-rata skor 3,93 tergolong kategori tinggi, keramahan dan kesopanan ini dikatakan tergolong kategori tinggi karena pada saat petani datang ke BRI Unit Ukui petani disambut ramah dan sopan oleh satpam yang di depan pintu masuk dan satpam langsung menanyakan apa yang petani ingin lakukan sehingga dapat diarahkan tanpa kebingungan, serta indikator keamanan dengan rata-rata skor 4,31 tergolong kategori sangat tinggi karena petani BRI Unit Ukui mengatakan uang yang mereka tabungkan di BRI Unit Ukui aman tanpa ada pengurangan. Dari hasil indikator pelayanan dapat diperoleh rata-rata 4,06 dengan kategori tinggi bahwa pelayanan telah mampu memotivasi petani untuk terus menabung di BRI Unit Ukui.

b. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide (Buchari, 2005). Dalam strategi produk bank harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik atau menciptakan produk baru. Strategi produk biasanya dimulai dari penciptaan

logo dan motto yang dibuat semenarik mungkin. Produk tabungan merupakan faktor utama yang berpengaruh terhadap keputusan menabung dimana produk ini harus sesuai dengan kebutuhan konsumen (Kasmir, 2007). Penilaian indikator dari sub variabel produk dijabarkan pada Tabel 3.

Hasil yang di peroleh bahwa hasil untuk sub variabel produk BRI Unit Ukui dengan rata-rata skor 3,51 tergolong kategori tinggi dan pengaruh produk dalam motivasi petani menabung di BRI Unit Ukui melalui indikator kualitas produk dengan rata-rata skor 3,34 tergolong kategori sedang. Petani mengatakan bahwa BRI Unit Ukui memiliki kualitas produk yang dapat membuat kebutuhan menabung petani terpenuhi dengan baik. Tabungan di bank memberikan manfaat keamanan yang menjamin uang petani tidak akan hilang serta kualitas produk bank lebih terjamin dibandingkan menitipkan ke orang lain.

Jaminan menyimpan dana di bank karena pemerintah sendiri yang memastikannya terjamin melalui Lembaga Penjamin Simpanan dan untuk produk mengenai indikator macam produk petani mengetahui bahwa macam produk yang ditawarkan BRI Unit Ukui sangat banyak sehingga diperoleh rata-rata-skor 3,67 tergolong kategori tinggi. Hasil dari indikator kualitas produk dan indikator macam produk bank yang sering digunakan adalah seperti tabungan, produk keuangan dan ini merupakan kegiatan operasional bank yang paling dikenal oleh masyarakat. Tabungan tidak hanya terdiri atas satu produk, namun kini telah berkembang menjadi banyak jenis, mulai dari tabungan rencana, tabungan haji, tabungan berjangka, dan lain sebagainya.

Produk tabungan populer di masyarakat karena dapat dijadikan wadah untuk menyimpan uang secara lebih

aman. Berbagai kantor pun menyediakan tabungan kepada para karyawannya untuk kepentingan lain. Sebab melalui tabungan, petani juga dapat melakukan pemindahan dana secara singkat dan aman. Produk bank yang satu ini juga memiliki beberapa karakteristik seperti buku tabungan, atm, setoran awal, bunga, biaya bulanan.

19

c. Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen (Buchari, 2005). Strategi promosi terhadap produk ditawarkan kepada nasabah baru atau calon nasabah. Promosi juga dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama. Promosi dapat dilakukan dengan cara melalui iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.

Bagi bank penjualan pribadi dilakukan melalui seluruh karyawan bank merupakan salah satu promosi yang terbaik. Secara khusus penjualan pribadi dapat dilakukan melalui petugas Customer Services sebagai ujung tombak bank (Kasmir, 2012). Penilaian indikator dari sub variabel promosi dijabarkan pada Tabel 3.

Tabel 3 di peroleh bahwa pengaruh promosi terhadap motivasi menabung dengan rata-rata skor 3,52 tergolong kategori tinggi untuk petani dalam motivasi menabung di BRI Unit Ukui. Ditinjau dari indikator tingkat promosi Bank BRI Unit Ukui dengan rata-rata skor 3,56 tergolong kategori tinggi disebabkan petani menyukai iklan yang ditawarkan Bank BRI yaitu dengan berkesempatan mendapatkan mobil dan yang lainnya melalui undian yang diundi setiap tahunnya.

Indikator jenis promosi diperoleh hasil rata-rata skor 3,49 tergolong kategori tinggi yaitu petani mengetahui jenis promosi yang dirasakan adalah dengan banyaknya undian berhadiah, melalui spanduk-spanduk yang ada di tempat keramaian seperti di pasar baru ukui, jalan lintas, jenis promosi yang di dapatkan dari keluarga atau teman dekat bahwa menabung di BRI lebih baik karena tidak memiliki batasan dan memiliki jangkauan yang paling luas hingga sampai ke desa-desa terpencil.

Namun promosi BRI Unit Ukui yang menawarkan undian berhadiah tidak mempengaruhi semua petani mengingat promosi yang dikeluarkan BRI Unit Ukui terkadang tidak begitu diresponi dengan baik oleh sebagian petani. Promosi yang gencar membuat petani merasa terkesan untuk menabung di BRI Unit Ukui. Karena dengan promosi, nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh bank.

d. Tingkat Suku Bunga

Bunga adalah harga yang harus dibayar oleh bank atau nasabah sebagai balas jasa atas transaksi antara bank dan nasabah. Adapun suku bunga tabungan bank BRI pada Tabel 3 Penerapan bunga yang terdapat pada bank konvensional dapat dipisahkan menjadi dua jenis yaitu:

1. Bunga simpanan adalah tingkat harga tertentu yang dibayarkan oleh bank kepada nasabah atas simpanan yang dilakukannya
2. Bunga pinjaman adalah harga tertentu yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank atas pinjaman yang diperolehnya. Penilaian indikator dari sub variabel bunga dijabarkan pada Tabel 3.

Penelitian ini melihat akan bunga simpanan dan pinjaman yang dibayarkan oleh bank kepada nasabah atas simpanan yang dilakukan dan yang dibayarkan oleh

petani kepada bank atas pinjamannya. Berdasarkan hasil yang di peroleh bahwa pengaruh tingkat suku bunga terhadap

motivasi petani menabung di BRI Unit Ukui dengan rata-rata skor 3,53 tergolong kategori tinggi karena petani merasa bahwa bunga yang ditetapkan sudah baik.

e. Lokasi

Lokasi dalam penentuan lokasi 20 berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Hal penting dalam lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat di dalamnya (Huriyati, 2005). Penilaian indikator dari sub variabel lokasi dijabarkan pada Tabel 3.

Tabel 3 diperoleh bahwa pengaruh lokasi rata-rata skor 3.70 tergolong kategori tinggi terhadap motivasi petani menabung di BRI Unit Ukui yang terletak di Jalan Lintas Timur Ukui. Lokasi BRI Unit Ukui ini berdekatan dengan instansi-instansi umum baik milik pemerintah maupun swasta, dekat terhadap tempat tinggal petani dan mudah di jangkau, terletak pada lokasi strategis, berada pada lokasi aman. Pengaruh lokasi yang baik terhadap petani meningkatkan motivasi petani dalam menabung di BRI Unit Ukui.

Rata-rata petani sampel yang menabung di BRI Unit ukui dari tempat tinggalnya ke BRI Unit ukui adalah berjarak 2,8 km. Jarak 2,8 km petani merasa bahwa lokasi ini mudah untuk dijangkau dengan kondisi jalan yang baik dan rata-rata petani sampel yang menabung di BRI Unit Ukui memiliki jumlah kehadiran 13x/tahun datang ke bank BRI Unit Ukui, sehingga semakin sering petani memiliki keperluan ke BRI Unit Ukui maka jarak lokasi semakin mempengaruhi motivasi untuk datang ke BRI Unit Ukui.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Motivasi ekstrinsik petani yang terdiri dari pelayanan, produk, promosi, bunga, lokasi dalam motivasi petani menabung dapat dilihat dari total nilai skor 3,72 dikategorikan tinggi. Variabel pelayanan dengan nilai skor 4,06 dikategorikan tinggi. Variabel produk dengan nilai skor 3,51 dikategorikan tinggi. Variabel promosi dengan nilai skor 3,52 dikategorikan tinggi. Variabel bunga dengan nilai skor 3,53 dikategorikan tinggi. Artinya tingkat suku bunga tinggi dan rendah yang ditetapkan oleh BRI Unit Ukui tinggi dalam motivasi petani menabung. Variabel lokasi dengan nilai skor 3,70 dikategorikan tinggi.

Saran

1. BRI Unit Ukui hendaknya mempertimbangkan suku bunga tabungan yang diberikan kepada nasabah. Hal ini dikarenakan suku bunga tabungan yang tinggi dapat menarik minat masyarakat untuk menabung.
2. Perlunya sosialisasi penjelasan untuk peningkatan jenis-jenis produk yang di tawarkan oleh pihak bank dan adanya jaminan pemerintah, agar nasabah lebih mengerti akan adanya jaminan pemerintah untuk keamanan tabungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan 5. Bandung. CV Alfabeta.
- Huriyati. 2005. **Service Marketing**. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir.2007.**Pemasaran Bank, Cetakan Ketiga**, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Kasmir.2012. **Dasar-dasar Perbankan**.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung. Alfabeta