

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

Analisis Kualitas Media Promosi Terhadap Perkembangan Produk Tabungan Kotak Di Perumda BPR Bank Gresik

Yusfifa Nanda Maulida Pradana^{*1}, Sukaris²

Universitas Muhammadiyah Gresik

nandayusfifa@gmail.com, sukaris21@umg.ac.id

ABSTRACT

. Banks can be said to be the blood of a country's economy. Banks are part of the financial system and payment system of a country, even in the current era of globalization, banks are also part of the world's financial and payment systems. The bank has obtained a license to stand and operate from the monetary authority of a country, then the bank becomes the property of the public. The research method used by researchers in this study is a descriptive qualitative method approach. Researchers have data from informants / resource persons by conducting direct interviews with the management of Perumda BPR Bank Gresik. From the results of these interviews, it shows that the savings box customers from month to month have increased. This shows that the promotional media carried out by Perumda BPR Bank Gresik was successful by acquiring more and more customers from month to month as long as this savings box was introduced to the public.

Keyword: media; promosi; tabungan kotak

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi yang mengubah perilaku dunia usaha telah mempengaruhi perkembangan perekonomian Indonesia, khususnya sektor industri keuangan dan perbankan. Oleh karena itu sistem keuangan Indonesia sangat terkait dengan perubahan sistem keuangan dunia yang semakin menglobal, maka dengan ini Indonesia harus melaksanakan berbagai reformasi keuangan. Dalam rangka mewujudkan Indonesia yang sejahtera, pemantapan stabilitas ekonomi makro harus dilakukan yang salah satunya dengan upaya penyehatan perbankan dan lembaga keuangan perbankan dalam rangka meningkatkan peran lembaga tersebut sebagai intermediasi ke sektor-sektor produksi. Perkembangan perekonomian nasional atau internasional yang berkembang dengan cepat disertai tantangan-tantangan yang semakin besar harus segera diikuti perkembangannya oleh perbankan nasional dalam rangka menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya kepada masyarakat. Peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Kemajuan suatu bank didalam suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya (Kasmir, 2004).

Lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting pada saat ini. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan elemen salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Pembangunan Nasional bagi bangsa Indonesia memiliki tujuan untuk kesejahteraan lahir dan batin bagi seluruh warga Negara Indonesia. Salah satu usaha tersebut berupa realisasi gerakan ekonomi masyarakat dalam wujud perbankan. Perbankan, baik sebagai gerakan ekonomi masyarakat maupun badan usaha yang berperan serta untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Peran perbankan sangatlah penting bagi perekonomian suatu

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

Negara dalam hal mendukung pembangunan, karena pembangunan ekonomi disuatu Negara sangat bergantung pada tekanan perkembangan dan kontribusi nyata dari sektor perbankan. Perbankan merupakan industri jasa yang penting dalam menunjang pembiayaan pembangunan, baik sebagai penghimpunan dana, sebagai lembaga yang mempelancar arus keuangan dari masyarakat dan untuk masyarakat. Dalam hal ini perbankan merupakan perantara keuangan masyarakat dan sebagai agen pembangunan suatu Negara.

Dalam undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang maksud dengan bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam rangka meningkatkan taraf hidup sebagian banyak masyarakat (Kasmir, 2003). Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan secara lebih luas bahwa untuk bank adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Aktivitas perbankan menghimpun dana dari masyarakat luas dikenal dengan istilah *funding*. Definisi dari penghimpunan dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat, sedangkan aktivitas bank dalam menyalurkan dana kepada masyarakat dikenal dengan istilah *lending* (Wahjono, 2010).

Bank merupakan bagian dari sistem keuangan dan sistem pembayaran suatu Negara, bahkan era globalisasi pada saat ini, bank juga menjadi bagian dari sistem keuangan dan sistem pembayaran dunia. Bank telah memperoleh izin berdiri dan beroperasi dari otoritas moneter suatu Negara, maka bank tersebut menjadi milik masyarakat. Oleh karena itu, eksistensinya bukan saja harus dijaga oleh para pemilik bank itu sendiri, melainkan juga masyarakat nasional atau global (Sjahdeni, 1993). Fungsi bank yang bertujuan menyejahterakan masyarakat, maka masyarakat banyak yang menabung keuangan seperti bank, menurut mereka menabung di bank lebih aman dan banyak kemudahan serta kenyamanan. Saat ini menabung bukanlah kegiatan asing untuk dibicarakan. Bukan hanya para milyarder saja yang bisa menabung, sekarang pengamen pun bisa menabung di bank.

Kelangsungan hidup perbankan erat kaitannya dengan dana pihak ketiga. Menurut (Ikatan Bankir Indonesia, 2015), dana pihak ketiga berperan penting dalam menggerakkan semua komponen yang ada pada bank. Sumber dana pihak ketiga tersebut dapat berupa giro, deposito, dan tabungan nasabah perorangan atau badan (Budisantosa, 2014). Perkembangan jumlah perbankan di Indonesia berakibat pada meningkatnya persaingan antarbank dalam upaya memperoleh dana pihak ketiga. Hingga tahun 2017, persaingan bank-bank besar maupun bank-bank kecil untuk memperebutkan dana pihak ketiga berbiaya murah masih terus terjadi. Sumber dana berbiaya murah adalah sumber dana yang memiliki beban biaya, namun tergolong sebagai beban biaya murah. Salah satu sumber dana berbiaya murah adalah tabungan (Leon, 2007).

Melihat semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka setiap bank harus memiliki strategi tepat untuk memperoleh dana pihak ketiga berbiaya murah yang memiliki kontribusi yang cukup besar. Kontribusi tabungan dalam meningkatkan dana pihak ketiga (DPK) bank tidak dapat diragukan. Penelitian yang dilakukan oleh (Juliandi, dkk, 2015) membuktikan bahwa produk-produk tabungan berpengaruh positif dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Di sisi lain, tabungan merupakan instrumen penghimpun dana yang populer di kalangan masyarakat. Hampir seluruh lapisan masyarakat dapat membuka rekening tabungan karena persyaratan yang relatif lebih mudah dan saldo awal yang tidak terlalu besar. Hal tersebut tercermin dari jumlah rekening tabungan per Desember 2017 yang memiliki jumlah terbesar dibandingkan jenis simpanan lain (Lembaga Penjamin Simpanan, 2017).

Perumda BPR Bank Gresik merupakan perusahaan milik pemerintah Kabupaten Gresik yang bergerak dibidang lembaga keuangan (Perbankan). Perumda BPR Bank Gresik tumbuh dan berkembang dengan tujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk mengelola tabungan dan deposito serta menyalurkan kredit. Perumda BPR Bank Gresik yang selalu berusaha mengembangkan strategi guna menjaga kegiatan operasionalnya. Pada beberapa akhir tahun ini, Perumda BPR Bank Gresik mengandalkan penghimpunan dana pihak ketiga sebagai sumber pendanaan. Tabungan merupakan dana pihak ketiga yang cukup berkontribusi dalam sumber pendanaan Perumda BPR Bank Gresik. Kontribusi tabungan dapat dilihat dari perkembangan jumlah tabungan nasabah Perumda BPR Bank Gresik yang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

terakhir.

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, dapat mendorong masyarakat untuk membuat keputusan menabung. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk/jasa, proses, manusia, dan aspek lain yang memengaruhi masyarakat sebagai pembuat keputusan. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Philip Kotler, 1999). Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pemahaman dan pengetahuan nasabah penyimpan mengenai produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar keputusan nasabah sebagai konsumen bank.

Produk yang dimunculkan Perumda BPR Bank Gresik dalam satu tahun terakhir ini adalah produk “Tabungan Kotak”. Tabungan kotak atau yang populer disebut “celengan” merupakan kegiatan bagi pembiasaan dan aktivitas menabung yang mengarah pada model tabungan yang lebih konvensional. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, istilah celengan diartikan sebagai tabung/kotak tempat menyimpan uang. Dalam praktek sehari-hari, peran kotak celengan lebih sebagai tempat singgahnya uang recehan atau pecahan seribuan sisa belanja. Perlu diketahui istilah kotak celengan sebenarnya bisa menjadi sebuah istilah teknis yang bisa mewakili beberapa media lain yang dipakai dengan fungsi yang sama yakni tempat menyimpan uang selain lembaga perbankan. Dengan demikian adanya produk tabungan kotak Perumda BPR Bank Gresik menjadi dana pihak ketiga yang mendanai Perumda BPR Bank Gresik berjalan dengan lancar dan dapat membantu masyarakat Gresik khususnya dalam memilih produk menabung yang lebih mudah.

KAJIAN TEORI

Pengertian Promosi

Menurut (Mc Daniel dalam Sudayat, 2012) Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh respon. Sedangkan Menurut (Rangkuti, 2009) promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut (Rangkuti, 2009) dalam bukunya Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan utama yaitu mencari laba. Umumnya promosi yang dilakukan perusahaan harus didasari oleh tujuan sebagai berikut:

1. Modifikasi tingkah laku. Pasar adalah tempat pertemuan di mana orang-orang hendak melakukan kegiatan pertukaran, orang-orangnya terdiri dari berbagai macam tingkah laku. Begitu juga dengan pendapat mereka tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiaannya terhadap barang dan jasa tersebut juga berbeda. Maka dari itu tujuan promosi adalah untuk mengubah tingkah laku dan pendapat suatu individu, dari yang semula tidak menerima suatu produk, menjadikannya setia terhadap produk tersebut.
2. Memberikan Informasi. Kegiatan promosi ditujukan untuk menginformasikan kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk. Informasi tersebut seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan, dan lain-lain.
3. Membujuk. Pada umumnya promosi ini kurang disenangi masyarakat. Namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi ini banyak bermunculan. Promosi ini dilakukan untuk mendorong adanya pembelian.
4. Mengingat. Promosi bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Promosi ini dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Perusahaan berusaha memperhatikan dan mempertahankan pembeli yang

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

ada, karena pembeli tidak hanya sekali melakukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terus menerus.

Pengertian Media Promosi

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Contoh media promosi lainnya adalah brosur, *leaflet*, *flyer*, poster, *billboard*, iklan di Koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, sticker, dan lain sebagainya (Ardhi, 2013). Media promosi dibagi menjadi beberapa kategori diantaranya adalah media cetak konvensional, iklan media cetak, media luar ruang, media online dan media elektronik. *Above The Line* dan *Bellow The Line* Menurut (Jefkins, 1994) *Above The Line* (ATL) adalah aktivitas promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk citra merek yang diinginkan. Sedangkan *bellow the line* (BTL) adalah segala aktivitas pemasaran atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/ konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya *aware* dengan produk kita.

Jenis-jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul media sosial (Nasrullah, 2015) ada enam kategori besar media sosial.

Social Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaannya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu *Youtube*, *Flickr*, *Photo bucket*, atau *Snapfish*.

Social Bookmarking

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs *social bookmarking* yang populer yaitu *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com*, di Indonesia sendiri yaitu *LintasMe*.

Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

Tabungan Kotak

Tabungan kotak atau yang populer disebut “celengan” merupakan kegiatan bagi pembiasaan dan aktifitas menabung yang mengarah pada model tabungan yang lebih konvensional. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, istilah celengan diartikan sebagai tabung/kotak tempat menyimpan uang. Dalam praktek sehari-hari, peran kotak celengan lebih sebagai tempat singgahnya uang recehan atau pecahan seribuan sisa belanja. Perlu diketahui istilah kotak celengan sebenarnya bisa menjadi sebuah istilah teknis yang bisa mewakili beberapa media lain yang dipakai dengan fungsi yang sama yakni tempat menyimpan uang selain lembaga perbankan. Kotak celengan mempunyai makna yang sangat berarti dalam menumbuhkan minat menabung. Makna tersebut antara lain:

1. Arti yang paling umum seperti sudah disinggung diatas adalah sebagai tempat menyimpan uang. Sesuai penjelasan diatas bahwa kotak celengan hanya menampung uang-uang sisa belanja sehingga orang menganggap sepele dan tidak populer dimata pasar modern. Hal itu akan mengakibatkan kurangnya pemberdayaan kotak celengan yang berlanjut pada kerdilnya kebiasaan untuk menabung.
2. Menjadi wadah dimana terbesitnya keinginan, dorongan dan hasrat untuk menabung. Biasanya bagi pemula khususnya anak-anak jika sudah diberi pengetahuan tentang kotak celengan, menabung dan manfaatnya, maka potensi kotak celengan tersebut akan menggerakkan hati mereka setiap bertemu dengan kotak. Sehingga dari kotak celengan bisa menjadi kebiasaan untuk menabung.
3. Kotak celengan menjadi perangsang bagi tergeraknya aktivitas menabung, dari langkah kecil yaitu menabung di kotak celengan. Jika sudah terbiasa maka akan semakin canggih cara berfikir manusia sehingga akan berfikir untuk menabung di lembaga perbankan, menginvestasikan uangnya dan lain-lain.

Untuk menjadikan aktifitas menabung menjadi kebiasaan, maka langkah awal yang sangat krusial adalah membuat keputusan untuk memulai. Langkah awal ini tidaklah mudah karena menjadi kelemahan sebagian besar orang dalam membangun sebuah kebiasaan adalah bagaimana memulai kebiasaan tersebut. Dengan adanya kotak celengan tersebut, maka orang tua juga sangat mudah mengajarkan menabung kepada anaknya. Selain memberi pengetahuan mengenai menabung dan manfaatnya, memberi contoh praktek menabung maka para orang tua juga harus menyediakan media yang tepat. Kotak celengan sangat tepat jika digunakan untuk sarana menumbuhkan motivasi menabung anak-anak. Lebih bagus jika bentuk fisik kotak celengan tersebut unik seperti figur-figur favoritnya, dengan begitu ketika melihat tabungan kotak celengan tersebut, si anak langsung menabung di dalam kotak tersebut sehingga keinginan untuk menabung akan semakin besar.

METODE

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan metode kualitatif deskriptif. Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban (Moleong, 2004). Penelitian (Nasution, 1998) berpendapat bahwa pada awalnya bersumber pada pengamatan kualitatif yang dipertetangkan dengan pengamatan kuantitatif. Dengan ini mereka mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif merupakan penelitian tertentu didalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental yang bergantung pada pengamatan manusia didalam diri sendiri dan berhubungan dengan manusia tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya. Penelitian kualitatif ini memiliki ciri karakteristik yang membedakan dengan penelitian jenis lainnya. Menurut (Rukajat, 2018), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2007), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan dalam meneliti pada suatu objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara gabungan, analisis data yang bersifat induktif, dan hasil penelitian yang menekankan makna daripada generalisasi.

Dalam penelitian metode kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sesuai kondisi dalam penelitian, pengumpulan data primer. Data primer penelitian ini diperoleh

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari sumber data yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data merupakan hal yang tidak boleh dilewatkan dalam penelitian, karena teknik ini nantinya akan mendapatkan data sebagai sumber penelitian. Tata cara pengumpulan data yang benar nantinya akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas yang tinggi. Menurut (Sugiyono, 2014) observasi adalah teknik pengumpulan data yang didapat melalui wawancara dengan keadaan aslinya. Sedangkan wawancara, menurut (Moleong, 2013) wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu, percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dengan mengajukan pertanyaan dan narasumber memberi jawaban atas pertanyaan tersebut. Peneliti memiliki data informan/narasumber dengan melakukan wawancara secara langsung dengan manajemen Perumda BPR Bank Gresik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Kelangsungan hidup perbankan erat kaitannya dengan dana pihak ketiga. Sumber dana pihak ketiga tersebut dapat berupa giro, deposito, dan tabungan nasabah perorangan atau badan. Untuk mendapatkan sumber dana dari pihak ketiga bank harus memiliki strategi yang baik dalam menarik minat dari pihak ketiga salah satunya berupa dana dari tabungan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Juliandi, dkk, 2015) membuktikan bahwa produk-produk tabungan berpengaruh positif dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Di sisi lain, tabungan merupakan instrumen penghimpun dana yang populer di kalangan masyarakat. Hampir seluruh lapisan masyarakat dapat membuka rekening tabungan karena persyaratan yang relatif lebih mudah dan saldo awal yang tidak terlalu besar. Hal tersebut tercermin dari jumlah rekening tabungan per Desember 2017 yang memiliki jumlah terbesar dibandingkan jenis simpanan lain. Produk-produk tabungan yang diberikan pun harus memiliki kelebihan yang mudah dipakai oleh nasabah dalam semua kalangan, dengan semakin mudahnya produk yang ditawarkan akan semakin banyak nasabah yang menggunakannya. Salah satunya yang dilakukan oleh Perumda BPR Bank Gresik yang memunculkan produk tabungan baru untuk dapat bersaing dan dapat melangsungkan hidup Perumda BPR Bank Gresik dengan memunculkan tabungan kotak yang akan ditawarkan kepada nasabahnya sebagai produk tabungan baru dari Perumda BPR Bank Gresik.

Produk tabungan kotak merupakan produk tabungan baru dari inovasi Perumda BPR Bank Gresik dalam memberikan warna baru untuk nasabah yang ingin menabung. Tabungan kotak atau yang populer disebut “celengan” sendiri merupakan kegiatan bagi pembiasaan dan aktivitas menabung yang mengarah pada model tabungan yang lebih konvensional. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, istilah celengan diartikan sebagai tabung/kotak tempat menyimpan uang. Dalam praktek sehari-hari, peran kotak celengan lebih sebagai tempat singgahnya uang recehan atau pecahan seribuan sisa belanja. Perlu diketahui istilah kotak celengan sebenarnya bisa menjadi sebuah istilah teknis yang bisa mewakili beberapa media lain yang dipakai dengan fungsi yang sama yakni tempat menyimpan uang selain lembaga perbankan. Kotak celengan mempunyai makna yang sangat berarti dalam menumbuhkan minat menabung. Makna tersebut antara lain:

1. Arti yang paling umum seperti sudah disinggung diatas adalah sebagai tempat menyimpan uang. Sesuai penjelasan diatas bahwa kotak celengan hanya menampung uang-uang sisa belanja sehingga orang menganggap sepele dan tidak populer dimata pasar modern. Hal itu akan mengakibatkan kurangnya pemberdayaan kotak celengan yang berlanjut pada kerdilnya kebiasaan untuk menabung.
2. Menjadi wadah dimana terbesitnya keinginan, dorongan dan hasrat untuk menabung. Biasanya bagi pemula khususnya anak-anak jika sudah diberi pengetahuan tentang kotak celengan, menabung dan manfaatnya, maka potensi kotak celengan tersebut akan menggerakkan hati mereka setiap bertemu dengan kotak. Sehingga dari kotak celengan bisa menjadi kebiasaan untuk menabung.
3. Kotak celengan menjadi perangsang bagi tergeraknya aktifitas menabung, dari langkah kecil yaitu menabung di kotak celengan. Jika sudah terbiasa maka akan semakin canggih cara berfikir manusia sehingga akan berfikir untuk menabung di lembaga perbankan, menginvestasikan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

uangnya dan lain-lain.

Untuk menjadikan aktivitas menabung menjadi kebiasaan, maka langkah awal yang sangat krusial adalah membuat keputusan untuk memulai. Langkah awal ini tidaklah mudah karena menjadi kelemahan sebagian besar orang dalam membangun sebuah kebiasaan adalah bagaimana memulai kebiasaan tersebut. Dengan adanya kotak celengan tersebut, maka orang tua juga sangat mudah mengajarkan menabung kepada anaknya. Selain memberi pengetahuan mengenai menabung dan manfaatnya, memberi contoh praktek menabung maka para orang tua juga harus menyediakan media yang tepat. Kotak celengan sangat tepat jika digunakan untuk sarana menumbuhkan motivasi menabung anak-anak. Lebih bagus jika bentuk fisik kotak celengan tersebut unik seperti figur-figur favoritnya, dengan begitu ketika melihat tabungan kotak celengan tersebut, si anak langsung menabung di dalam kotak tersebut sehingga keinginan untuk menabung akan semakin besar.

Dalam wawancara dengan informan manajemen Perumda BPR Bank Gresik dari saat produk tabungan kotak ini dikenalkan kepada masyarakat pada tahun 2021 Perumda BPR Bank Gresik berupaya mempromosikan dengan beberapa media seperti brosur, media sosial, sosialisasi di lingkungan instansi, sekolah, dan perkumpulan ibu PKK, tetapi lebih difokuskan di media sosial. Dalam upaya promosi tersebut Perumda BPR Bank Gresik mampu mendapatkan nasabah yang disajikan data nasabah sebagai berikut :

Tabel 1
Data Nasabah Tabungan Kotak

Bulan/Tahun	Rekening	Perolehan Tabungan
31 Mei 2021	62	2.800.000
30 Juni 2021	182	21.462.162
31 Juli 2021	224	32.767.200
31 Agustus 2021	274	63.309.176
30 September 2021	374	98.559.335
31 Oktober 2021	395	132.813.474
30 November 2021	434	175.573.148
31 Desember 2021	458	219.667.615
31 Januari 2022	486	253.925.785
28 Februari 2022	506	263.382.124

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa nasabah tabungan kotak dari bulan ke bulan mengalami kenaikan. Dengan hal ini menunjukkan bahwa media promosi yang dilakukan oleh Perumda BPR Bank Gresik berhasil dengan memperoleh nasabah yang semakin banyak dari bulan ke bulan selama tabungan kotak ini diperkenalkan ke masyarakat. Dalam akhir bulan februari dalam data diatas menunjukkan memperoleh nasabah dengan buka rekening sejumlah 506 dengan memperoleh tabungan sebesar Rp. 263.382.124. Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Perumda BPR Bank Gresik melalui media brosur, media sosial, sosialisasi di lingkungan instansi, sekolah, dan perkumpulan ibu PKK berhasil dengan memperoleh nasabah yang semakin meningkat dalam setiap bulannya.

KESIMPULAN

Perumda BPR Bank Gresik merupakan perusahaan milik pemerintah Kabupaten Gresik yang bergerak dibidang lembaga keuangan (Perbankan). Bank Gresik tumbuh dan berkembang dengan tujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk mengelola tabungan dan deposito serta menyalurkan kredit. Perumda BPR Bank Gresik yang selalu berusaha mengembangkan strategi guna menjaga kegiatan operasionalnya. Pada beberapa akhir tahun ini, Perumda BPR Gresik mengandalkan penghimpunan dana pihak ketiga sebagai sumber pendanaan. Tabungan merupakan dana pihak ketiga yang cukup berkontribusi dalam sumber pendanaan Perumda BPR Gresik. Kontribusi tabungan dapat dilihat dari perkembangan jumlah tabungan Perumda BPR Gresik yang

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 167-175

mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Produk yang dimunculkan Perumda BPR Bank Gresik dalam satu tahun terakhir ini adalah produk “Tabungan Kotak”. Tabungan kotak atau yang populer disebut “celengan” merupakan kegiatan bagi pembiasaan dan aktivitas menabung yang mengarah pada model tabungan yang lebih konvensional. Dalam wawancara dengan informan manajemen Perumda BPR Bank Gresik dari saat produk tabungan kotak ini dikenalkan kepada masyarakat pada tahun 2021 Perumda BPR Bank Gresik berupaya mempromosikan dengan beberapa media seperti brosur, media sosial, sosialisasi di lingkungan instansi, sekolahan, dan perkumpulan ibu PKK, tetapi lebih difokuskan di media sosial. Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan kotak dari bulan ke bulan mengalami kenaikan. Dengan hal ini menunjukkan bahwa media promosi yang dilakukan oleh Perumda BPR Bank Gresik berhasil dengan memperoleh nasabah yang semakin banyak dari bulan ke bulan selama tabungan kotak ini diperkenalkan ke masyarakat. Dalam akhir bulan februari dalam data diatas menunjukkan memperoleh nasabah dengan buka rekening sejumlah 506 dengan memperoleh tabungan sebesar Rp. 263.382.124.

REFERENSI

- Ari, Dwi. Dkk. (2018). Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Budisantosa, T. & Nuritomo. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Bankir Indonesia, (2015), *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irmawan Purba, Dkk. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Di Kota Pematang Siantar. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1, No.8
- Juliandi, Y., Lau, E. A & Mardiana (2015). Pengaruh Tabungan terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Timur pada tahun 2010-2012. *Jurnal Ekonomia*, Vol. 4, No.2.
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gary. (1999). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir, (2003). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, (2004). *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2017). Distribusi Simpanan Bank Umum Periode Desember 2017.
- Leon, B & Sonny, E. (2007). *Manajemen Aktiva Pasiva Bank Nondevisa*. Jakarta: Grasindo
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sjahdeni, S. R. 1993. Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia, Jakarta.
- Rukajat. A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami----->

Vol 3 No 2 hal 167-175

Sudayat, R. I. (2012). *Pengertian Promosi. Pengertian Promosi*, 1.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Cetakan Pertama. Rosadakarya.