

ABSTRAKSI

Peta persaingan perbankan di Nusa Tenggara Barat (NTB) dalam mendapatkan dana murah sangat ketat. Dengan trend pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang cenderung melemah, maka perbankan diminta untuk lebih giat dan aktif dalam mendapatkan dana murah dari nasabah. Penelitian ini berusaha untuk meneliti dan menganalisis keputusan nasabah dalam menabung pada tabungan Simpeda di Bank NTB. Terdapat dua indikator utama yang dianalisis yaitu faktor-faktor apa saja yang menjadi alasan nasabah menabung dan bertransaksi menggunakan tabungan Simpeda di Bank NTB serta seberapa efektif program undian berhadiah tabungan Simpeda dalam meningkatkan tabungan masyarakat. Untuk mengujinya, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun metode yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada 27 responden dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Adapun hasil wawancara direkap dan dianalisis dengan menggunakan teknik olah data menggunakan *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing*. Uji keabsahan data dilakukan dengan cara melakukan teknik triangulasi dengan *crosscheck* jawaban responden yang lain.

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan bahwa secara garis besar motivasi nasabah Bank NTB dalam menabung dan bertransaksi menggunakan tabungan Simpeda dikarenakan untuk penyaluran gaji dan tunjangan, lokasi dan akses yang mudah, adanya kewajiban pembukaan rekening untuk cicilan kredit, dan karena menjadi rekanan proyek pemerintah. Secara umum, nasabah tabungan Simpeda sudah cukup puas dalam menabung dan bertransaksi. Namun demikian, pelayanan yang kurang seragam, tidak adanya pelayanan khusus bagi nasabah besar, dan kurangnya fitur perbankan membuat nasabah kurang puas dengan pelayanan yang diberikan, terlebih bila dibandingkan dengan bank lain. Efektivitas program undian berhadiah Simpeda juga tidak efektif dalam mendapatkan tambahan dana dari nasabah. Hal ini dikarenakan program promosi kurang gencar, sehingga nasabah tidak memiliki informasi yang jelas tentang program yang dilaksanakan, jaringan Bank NTB masih terbatas pada area pusat kota/kabupaten, terdapat *gap* ekspektasi antara nasabah dengan realita pengundian yang dilakukan, serta adanya perilaku oportunistik dari nasabah dikarenakan sistem undian yang hanya memperhitungkan posisi dana pada saat pengundian. Oleh karena itu, diberikan saran untuk memperbaiki kelemahan yang masih ada serta meninjau ulang mekanisme undian berhadiah yang dilakukan.

Kata kunci: Tabungan, program promosi bank, undian berhadiah