

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan aktivitas ekonomi selalu berubah dengan cepat. Hal ini ditimbulkan oleh berkembangnya peradaban manusia, seiring dengan kebutuhan dan keinginan manusia. Untuk memenuhi kebutuhan seseorang diperlukan pertukaran barang atau jasa yang memiliki nilai antara orang yang satu dengan yang lain. Dengan adanya pertukaran, maka menimbulkan arus uang. Uang akan beredar dan berpindah tangan, sehingga akan mengalami penambahan sesuai dengan berkembangnya kegiatan ekonomi.

Dari kehidupan perekonomian yang bergerak maju di segala bidang kehidupan disertai dengan perkembangan teknologi maju, maka makin banyak pula jasa layanan perbankan yang ditawarkan di pasar dengan berbagai keunggulan. Dengan banyaknya bank-bank dewasa ini menuntut pemasar untuk tidak saja mampu memperoleh nasabah. Tetapi juga harus dapat memahami perilaku konsumen yang selalu berubah-ubah sekarang dan akan datang.

Bank membutuhkan dana dalam membiayai kegiatannya. Dana tersebut dari berbagai sumber. Salah satu dana yang diperoleh adalah

melalui tabungan. Dengan dana yang besar, Bank dapat melakukan kegiatan dengan skala yang besar pula dan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan buku laporan tahunan P.T. Bank Halim Indonesia, dapat dijelaskan bahwa dalam kondisi krisis kepercayaan masyarakat kepada Bank, ternyata Bank Halim Indonesia masih mampu mempertahankan sumber dana secara keseluruhan, bahkan meningkatkan walaupun relatif kecil. Tetapi untuk salah satu sumber dana yang ada, yaitu tabungan selalu menunjukkan penurunan beberapa tahun terakhir.

Pemasar dituntut mendapatkan informasi secara akurat dan berkesinambungan mengenai konsumen dalam pangsa pasar sasaran. Sumber informasi harus dapat dipercaya dan sangat penting. Berbagai informasi yang diperoleh salah satunya dapat mengidentifikasi perbedaan utama konsumen dalam memilih terhadap faktor-faktor di dalam memilih tabungan. Pemasar juga dapat menganalisis perilaku konsumen dalam jangka pendek dan jangka panjang. Karena semakin banyak penawaran dari pesaing, konsumen semakin kritis dalam memutuskan pemilihan jasa layanan tabungan perbankan yang ditawarkan.

Pemasar diharapkan pula dapat menyusun dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien agar dapat bersaing. Penulis ingin meneliti melalui sudut pandang konsumen sebagai penilai

dari keberadaan Bank Halim Indonesia dari kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki.

1.2. Perumusan Masalah

Didasari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti secara lebih mendalam sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan utama dalam pilihan konsumen tabungan Halim terhadap faktor-faktor : lokasi bank, pelayanan bank, fasilitas bank, kemasan produk dan kegiatan promosi di Bank Halim Indonesia kantor pusat?
2. Apakah ada tanggapan positif atau negatif dari konsumen terhadap keberadaan Bank Halim Indonesia kantor pusat di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam melakukan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui perbedaan persentase yang ada dalam hal pilihan utama konsumen tabungan Halim terhadap faktor-faktor : lokasi bank, pelayanan bank, fasilitas bank, kemasan produk dan kegiatan promosi di Bank Halim Indonesia kantor pusat.
2. Mengetahui tanggapan konsumen terhadap keberadaan Bank Halim Indonesia kantor pusat di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi pimpinan.

Sebagai masukan yang bermanfaat bagi pimpinan dan pemasar dalam menetapkan strategi serta menerapkannya secara efektif dan efisien terhadap keputusan yang diambil oleh perusahaan.

2. Bagi penulis.

Sebagai bahan perbandingan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori yang telah di dapat di bangku kuliah dengan praktek kegiatan lapangan yang terjadi dalam kehidupan nyata.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Widya Mandala.

Sebagai tambahan perbendaharaan perpustakaan dan bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama di masa yang akan datang.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini, maka penulis menguraikan penjelasan singkat bab-bab skripsi yang ditulis.

Pembahasan yang dilakukan secara terperinci sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan.

Bagian pertama dari skripsi ini akan memberikan gambaran umum mengenai permasalahan yang akan dibahas sesuai batasan-batasannya dalam bab-bab selanjutnya, sehingga dapat diperoleh gambaran yang cukup jelas terhadap pokok

permasalahan dalam penulisan ini. Bab ini memberikan penjelasan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka.

Dalam bab ini terdapat 3 bagian utama. Bagian pertama membahas tentang landasan teori. Di dalam landasan ini dikemukakan teori-teori yang mendukung dan menjadi dasar dari penulisan skripsi ini sebagai pegangan dalam pemecahan masalah dan perumusan hipotesis yang meliputi arti dan pentingnya pemasaran, pengertian perilaku konsumen, ruang lingkup dan peranan konsumen dalam membeli serta teori-teori yang mendukung dasar penelitian ini, dan proses pengambilan keputusan konsumen. Bagian kedua membahas hipotesis dalam penelitian untuk selanjutnya dilakukan analisis dengan data-data yang diperoleh. Bagian ketiga membahas model analisis yang digunakan.

Bab III : Metode Penelitian.

Bab ini menyajikan definisi operasional dan identifikasi variabel, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel beserta pengertiannya, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan.

Bab ini terdiri atas dua bagian yaitu bagian pertama membahas gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan dan bentuk hukumnya, bidang usaha perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, tujuan perusahaan, strategi perusahaan, dan kebijakan manajemen. Bagian kedua membahas permasalahan yang terdiri dari analisis latar belakang responden, analisis perbedaan pilihan utama konsumen dan analisis respon konsumen.

Bab V : Kesimpulan dan Saran.

Dari uraian bab-bab sebelumnya yang telah dibahas akan ditarik kesimpulan dan saran-saran yang sifatnya melengkapi ataupun memperbaiki keadaan yang telah ada. Bab kesimpulan dan saran berisi kesimpulan dimana di dalamnya disebutkan hasil pembuktian hipotesis, maksudnya hipotesis kerja yang telah dilakukan pengujian tersebut sudah benar atau salah. Selain itu juga disebutkan satu demi satu kesimpulan dari seluruh bagian skripsi kecuali bagian pendahuluan, sedangkan saran di dalamnya berisi saran-saran dari penulis mengenai perbedaan persentase dalam hal pilihan utama konsumen.