

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Bank Lampung adalah Bank Pembangunan Daerah Lampung yang didirikan dengan maksud mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah disegala bidang, serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. PT Bank Lampung memiliki produk pendanaan seperti L-save, SimPel, Tabunganku, Simpeda, Giro dan Deposito rupiah. Gubernur Lampung Arinal Djunaidi selepas Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS-LB) Tahun 2021 di Ballroom Hotel Novotel, Bandarlampung, Kamis, 16 September 2021 meluncurkan produk pendanaan baru PT Bank Lampung yaitu *L-Saving*.

Bank Lampung memiliki berbagai produk dan layanan. Produk dan layanan pada Bank Lampung ada dua jenis yaitu kredit dan pendanaan. Produk dan layanan kredit terdiri dari kredit linkage program, KMK konstruksi developer, kredit usaha rakyat (KUR), rekening Koran, bank garansi dan kredit aneka usaha. Sedangkan produk pendanaan Bank Lampung terdiri dari L-Save, SimPel, Tabunganku, Simpeda, Giro dan Deposito Rupiah.

Produk pendanaan *L-Save* merupakan tabungan bisnis untuk nasabah perorangan. *L-Save* sendiri sudah mulai diperkenalkan sejak 4 bulan lalu kepada masyarakat terutama calon-calon nasabah premium Bank Lampung. Sejak diperkenalkan sekitar 4 bulan lalu saat ini saldo yang terhimpun dari *L-Save* sekitar Rp. 25 milyar lebih. Ini menunjukkan sambutan yang diberikan untuk *L-Save* cukup bagus, karena memang selama ini nasabah menginginkan tabungan dari Bank Lampung yang memiliki fasilitas lebih yakni Lampung Online. Dengan fasilitas ini nasabah bisa melakukan m-banking, transaksi pembayaran seperti isi pulsa, bayar tagihan listrik, air dan lainnya serta transaksi ATM dengan limit yang lebih besar. Sebagai produk tabungan premium *L-Save* pastinya dikalungi dengan berbagai keunggulan. Pertama untuk transaksi transfer antar bank dengan *L-Save* bisa hingga Rp100

juta dan untuk transfer intern sesama Bank Lampung bisa sampai Rp200 juta perhari. Untuk penarikan lewat ATM sampai 50 juta perhari. Tampilan ATM *L-Save* juga berbeda dengan produk tabungan *Simpeda* Bank Lampung. Karena sebagai tabungan premium pastinya fasilitas dan limit transaksi ATM *L-Save* juga berbeda. (Sumber: *transsumatera.co.id*, diakses 19 November 2021).

Alasan memilih Bank Lampung dalam penelitian ini yaitu karena Bank Lampung merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah yang memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena saat ini kegiatan masyarakat Indonesia khususnya di Provinsi Lampung, kesehariannya tidak terlepas dari jasa perbankan, selain itu Bank Lampung juga berkontribusi terhadap pendapatan daerah di Provinsi Lampung.

Program PT Bank Lampung Kantor Cabang Utama berupaya mempromosikan produk tabungan *L-Saving* melalui promosi. Kegiatan promosi ini terdiri dari produk, *brand image*, harga, lokasi, pelayanan dan minat konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan nominal tabungan meningkat. Seperti halnya pada produk bank Lampung sebelumnya yaitu *SIMPEDA* dengan jumlah nasabah hingga saat ini mencapai 378 ribu, dengan total simpanan Rp1,3 triliun. Tentunya PT Bank Lampung juga berharap produk baru *L-Saving* yang baru dilaunching ini akan memiliki jumlah nasabah yang banyak, sehingga akan semakin memperkuat perekonomian daerah khususnya Provinsi Lampung.

Berdasarkan informasi yang didapat dari Bank Lampung, jumlah nasabah seluruh produk tabungan Bank Lampung tahun 2020 sebanyak 45.188 orang, sedangkan yang menggunakan produk pendanaan *L-Saving* per oktober tahun 2021 berjumlah 243 orang. Oleh sebab itu, perlu adanya komitmen dari seluruh manajemen Bank Lampung untuk meningkatkan minat beli nasabah pada produk tersebut.

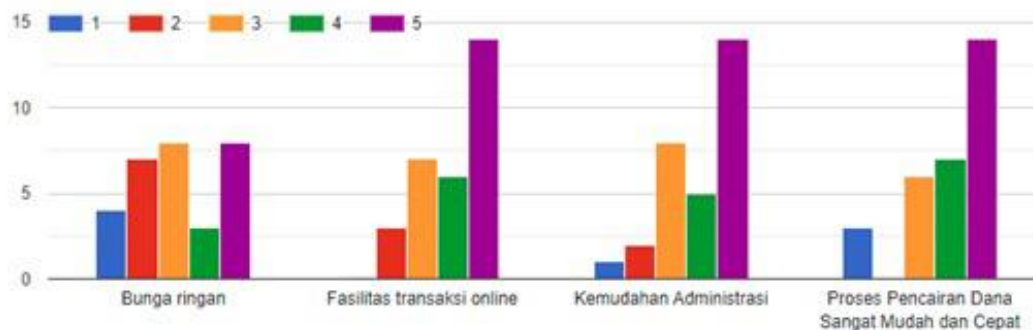
Berikut adalah hasil pra survei yang diisi oleh 31 responden. Tabel berikut menjelaskan tentang informasi umum responden dan beberapa hal yang dapat menarik minat masyarakat dalam memilih produk pendanaan Bank Lampung.

Tabel 1.1 Informasi Umum Responden

	Keterangan	%
Jenis kelamin (31 res)	Laki-laki	77,4%
	Perempuan	22,6%
Usia (31 res)	<20 tahun	12,9%
	20-30 tahun	41,9%
	31-40 tahun	35,5%
	41-50 tahun	0
	51-60 tahun	0
	>60 tahun	-
Pekerjaan/Jabatan (31 res)	Pegawai swasta	35,5%
	TNI/POLRI/ PNS BUMN	51,6%
	Wiraswasta	12,9%
Penghasilan per bulan (31 res)	<10 jt	90,3%
	10-20 jt	0
	20-30 jt	0
	30-40 jt	-
	40-50 jt	-
	>50 jt	-
Pengetahuan tentang produk-produk pendanaan bank Lampung (31 res)	Ya	58,1%
	Tidak	41,9%
Jenis promosi yang disukai	Online	100%
	Offline	-

Sumber: hasil data prasurvei (2022)

Untuk melihat sejauhmana minat masyarakat terhadap produk pendanaan Bank Lampung, dibawah ini terdapat grafik yang menunjukkan prioritas pilihan masyarakat terhadap produk pendanaan Bank Lampung. Grafik tersebut diukur dengan skala likert antara 1-5, dimana nilai 1= sangat tidak penting, 2= tidak penting, 3= netral, 4= penting dan 5= sangat penting dan diperoleh hasil sebagai berikut:



Sumber: hasil data kuesioner responden (2022)

Gambar 1.1 Grafik Prioritas Masyarakat dalam memilih atau membeli produk pendanaan Bank Lampung

Masyarakat Bandar Lampung atau nasabah Bank Lampung yang dipilih sebagai responden memperlihatkan bahwa minat masyarakat terhadap produk-produk pendanaan Bank Lampung yang dipromosikan sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai faktor seperti fasilitas transaksi online, kemudahan administrasi, proses pencairan dana yang sangat mudah dan cepat serta bunga yang ringan yang diberikan oleh Bank Lampung kepada masyarakat.

Tabel 1.2 Rekapitulasi Saran Masyarakat Dalam Memilih Produk Pendanaan Bank Lampung

No	Saran
1	<i>Tingkatkan Profesionalisme perusahaan dan karyawan</i>
2	<i>Mesin atm yg tidak terlalu banyak</i>
3	<i>Lokasi kantor terlalu jauh</i>
4	<i>Klo pengajuan KUR di permudah klo bisa gda usaha boleh</i>
5	<i>Lebih gencar lagi untuk menjangkau pasar kalangan anak muda, pengusaha dan karyawan non pemda</i>
6	<i>Lebih banyak cashback</i>
7	<i>Lebih di tingkatkan lgi fasilitasnya</i>
8	<i>Tingkatkan permodalan dan perkuat aplikasi secara online dan mobile</i>
9	<i>Bisa bertransaksi dengan mesin edc</i>
10	<i>Semoga mobile banking bank lampung dalam hal jaringan kedepannya diperbaiki lagi</i>
11	<i>Pelayanan pembuatan atm dipermudah lewat online</i>
12	<i>Pelayanan kepada nasabah lebih ditingkatkan</i>
13	<i>Kedepannya penarikan bisa sampai nol rupiah</i>

Sumber: hasil olah data pra survei kepada konsumen(2022)

Dari Tabel 1.2 di atas dapat kita lihat sebanyak 13 dari 31 responden konsumen yang memberi saran untuk Produk Pendanaan Pada Bank Lampung. Dalam hal ini perusahaan

tidak dapat lagi hanya mengandalkan kualitas Produk semata dapat menentukan pilihan produk, tetapi sudah melangkah pada bagian yang berhubungan dengan kondisi psikologi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pada suatu produk barang atau jasa tersebut.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memfokuskan penelitian ini agar mempunyai ruang lingkup dan arah penelitian yang jelas, pembatasan masalah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Subyek
Ruang lingkup subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandar Lampung.
2. Ruang Lingkup Objek
Objek dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi minat konsumen, seperti produk, brand image, harga, lokasi, pelayanan dan minat konsumen.
3. Ruang Lingkup Tempat
Penelitian ini dilakukan di dua tempat yaitu di Kantor PT Bank Lampung yang beralamat di Jl. Wolter Monginsidi No.182, Sumur Putri, Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung dan di tempat umum Kota Bandar Lampung.
4. Ruang Lingkup Waktu
Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 2(dua) bulan yaitu dari bulan Desember 2021 sampai dengan bulan Februari 2022.
5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian
Ruang lingkup ilmu penelitian adalah produk, *brand image*, harga, lokasi, pelayanan dan minat konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang muncul pada penelitian ini yaitu

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan memilih produk pendanaan pada Bank Lampung.
2. faktor apa sajakah yang paling diminati konsumen dalam menentukan produk pendanaan pada Bank Lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan produk pendanaan pada Bank Lampung
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan produk pendanaan pada Bank Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pemahaman dan pengetahuan terkait masalah yang diteliti.
2. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian dan referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini akan disajikan dalam lima bab yang berurutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai pemasaran, keputusan pembelian. Selanjutnya dari konsep tersebut terbentuk kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang sumber data yang didapat, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel-variabel terkait, dan metode analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian deskripsi objek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang referensi jurnal, buku, dan skripsi yang digunakan sebagai bahan kajian pustaka penelitian.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang lampiran-lampiran penelitian.