

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada masa pertumbuhan ekonomi yang mengalami stagnasi ini mendorong tiap perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya, karena masalah yang dihadapinya semakin kompleks dan persaingan semakin keatas, sementara daya beli masyarakat menurun. Para pemasar harus berkerja lebih keras lagi untuk menghadapi maslah ini dan menjaga agar kepuasan, keinginan konsumen tetap terpenuhi serta tujuan dari perusahaan dapat tercapai, salah satunya dengan memenuhi motivasi konsumen.

Dengan semakin majunya pola berpikir masyarakat, maka tidak heran bila salah satu implikasi positif yang timbul adalah semakin meningkatnya rangsangan dari Bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta untuk memotivasi nasabah menabung dengan memberikan berbagai macam jenis fasilitas, kemudahan, kebersihan, pelayanan, kenyamanan, undian, kecepatan, dan keamanan. Menurut American Encyclopedia, Motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.

Motivasi secara umum didefinisikan sebagai inisiasi dan pengarahan tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran tingkah laku. Jika motivasi konsumen tinggi maka konsumen akan terdorong untuk

menguasai barang atau jasa tersebut, tetapi bila motivasi konsumen rendah maka konsumen akan cenderung menghindari dari barang atau jasa tersebut. Hal inilah yang menjadi suatu strategi dari bank Mandiri cabang Brigjen Katamsa Yogyakarta untuk meningkatkan motivasi nasabah ataupun calon nasabah dalam membuka rekening dan menambah saldo tabungan di bank Mandiri sebagai modal dana usaha.

Dalam pembahasan manajemen pemasaran, Philip Kotler memberikan statemen sebagai berikut: “Secara umum pemasar bermula dari kenyataan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dan keinginan itu menciptakan suatu keadaan yang tidak menyenangkan dalam diri seseorang, yakni dipecahkan melalui pemilikan produk untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan tersebut.”(Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, hal 47).

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen maka seorang pemasar harus mengetahui dan memahami proses motivasi yang mendasari dan menggerakkan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Dalam pembahasan tentang perilaku konsumen, terdapat banyak pengaruh yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Kebanyakan konsumen sering diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik rangsangan dari pemasaran maupun dari lingkungannya.

Melihat kondisi diatas, Bank Mandiri harus bekerja lebih keras lagi untuk menghadapi masalah ini dan menjaga agar kepuasan dan keinginan konsumen

tetap terpenuhi serta tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, bank Mandiri harus mengetahui dan memahami proses motivasi yang mendasari dan menggerakkan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Karena, seorang konsumen mempunyai sikap motivasi yang biasanya akan memberikan penilaian terhadap atribut-atribut yang ada. Dan motivasi tersebut dilakukan konsumen berdasarkan pandangan akan pelayanan dan fasilitas yang baik.

Maka, penting bagi Bank Mandiri untuk mempertahankan keunggulan kompetitif produknya dan mengetahui kelemahan yang ada serta mampu melihat perubahan yang terjadi sekarang ini, sehingga dapat mengetahui keinginan nasabahnya dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta mempunyai berbagai atribut yang dapat digunakan untuk memotivasi nasabah dimana atribut ini merupakan lima dimensi kualitas yaitu:

1. Bukti langsung (tangible), meliputi Kebersihan seluruh gedung bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta, fasilitas fisik gedung dan loket ATM, serta kenyamanan tempat duduk dan antrian loket.
2. Keandalan (reability), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan dan keramahan yang memuaskan.
3. Daya tangkap (responsiveness), yaitu kecepatan dalam pelayanan nasabah saat menabung.
4. Jaminan (assurance), merupakan kepercayaan yang diberikan yaitu pemberian keamanan dalam menabung seperti safe deposit box.

5. Empaty meliputi kemudahan dalam bertransaksi seperti loket ATM, internet banking, dan SMS banking.

Melihat uraian diatas, dan melihat pentingnya motivasi tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dan memberikan judul **“ANALISIS MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEINGINAN MENABUNG DI BANK MANDIRI CABANG BRIGJEN KATAMSO YOGYAKARTA”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah dalam analisis motivasi konsumen dalam menabung di bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta adalah:

1. Atribut yang mana yang paling dominan memotivasi nasabah dalam menabung di bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta.
2. Apakah ada perbedaan dalam pemilihan atribut yang memotivasi nasabah dalam menabung di bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin tercapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menetapkan atribut yang paling dominan memotivasi nasabah dalam menabung di bank Mandiri cabang Brigjen Katamso Yogyakarta menurut karakteristiknya.

2. Untuk menetapkan adanya perbedaan dalam pemilihan atribut yang memotivasi nasabah dalam menabung di bank Mandiri cabang Brigjen Katamsa Yogyakarta menurut karakteristiknya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Peneliti, penelitian dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai faktor apa saja yang memotivasi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu untuk melatih berfikir secara ilmiah dan kreatif dengan mencoba menganalisa data yang diperoleh guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan motivasi konsumen.
2. Bagi perusahaan, penelitian dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk menentukan kebijakan tepat meningkatkan kualitas perusahaan berkaitan dengan motivasi.
3. Bagi masyarakat, sebagai bahan referensi, informasi dan komparasi masalah penelitian ini.