

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran perusahaan jasa dewasa ini mendominasi kehidupan masyarakat dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi, perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya industri perbankan merupakan salah satu pemain ekonomi Indonesia yang menjadi salah satu tulang punggung harapan bangsa. Sehingga mau tidak mau perusahaan jasa yang bergerak pada industri perbankan harus memperhatikan kualitas produk atau jasa yang mereka jual.

Lembaga perbankan merupakan financial intermediary (perantara keuangan) yang mempunyai peranan sangat vital dalam struktur perekonomian negara. Bank menyerap dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Sedemikian strategisnya peranan bank dalam pembangunan perekonomian negara, sehingga setiap negara berusaha menciptakan suatu sistem perbankan yang sehat, tangguh, dan dapat memelihara kepercayaan masyarakat.

PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk adalah salah satu bank di Provinsi Jawa Timur yang tergabung dalam Asbanda (Asosiasi Bank Pembangunan Daerah) bersama dengan 25 Bank Pembangunan Daerah (BPD) lainnya memiliki produk dana unggulan yang ada di setiap Bank Pembangunan Daerah Seluruh Indonesia (BPD SI) yaitu berupa Tabungan Simpeda. Dalam rangka lebih

mengembangkan bisnisnya dan dapat lebih mencapai daerah-daerah di Jawa Timur.

PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk selaku Bank Pembangunan Daerah mengembangkan suatu jaringan kantor disetiap kabupaten yang diberi nama kantor Cabang. Salah satu Kantor Cabang PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk yaitu PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep yang ada di kabupaten Sumenep. PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk diharapkan menjadi ujung tombak pemasaran produk dan jasa Bank PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk.

Produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk cabang Sumenep dalam pemasarannya tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli ataupun peminatnya. Oleh karena itu, PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk cabang Sumenep dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan konsumen yang sesuai mengenai produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan hasil produk yaitu melalui kegiatan promosi. Promosi sangat diperlukan oleh PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk cabang Sumenep karena disatu pihak meyakinkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sedangkan dipihak lain sangat menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar. Promosi yang dilakukan perusahaan banyak sekali bentuknya, maka dari itu terdapat konsep tentang bauran promosi (*Promotion Mix*).

Menurut Stanton yang dikutip Swastha (2009:238) bahwa Bauran promosi (*Promotion Mix*) adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat promosi yang lain yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan program penjualan. Dengan adanya promosi yang dilakukan perusahaan maka konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan, baik jenis, warna, bentuk dan harga maupun kualitasnya, dan selanjutnya konsumen akan menentukan keputusan apakah melanjutkan untuk membeli atau tidak.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (MarliaUlfa 2008) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa bahwa variabel bauran promosi yaitu periklanan (X1), penjualan pribadi (X2), promosi penjualan (X3), dan hubungan masyarakat dan publisitas (X4) secara bersama-sama memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surabaya. Demikiannya penelitian yang dilakukan oleh (Noor Imansyah, Emy Rahmawati dan Maryono 2016) menyatakan bahwa variabel Bauran Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung, penelitian menunjukkan pengaruh iklan 35,7% dan pengaruh publisitas 25,9%, dimana variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung.

PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep dalam kegiatannya masih banyak kendala, kendala yang dialami yaitu masih kurangnya pengetahuan tentang produk perbankan

yang ditawarkan PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep serta harga jasa atau bunga kurang kompetitif membuat masyarakat kurang berminat dalam menabung dan kurang efektifnya promosi yang dilakukan PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep, sehingga masyarakat masih ragu menyimpan uangnya di bank khususnya PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.

PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep selalu dihadapkan persaingan dengan Bank Umum lain di wilayah kabupaten Sumenep. Persaingan dengan Bank Umum lain dinilai cukup sulit, selain mereka telah lebih dahulu melakukan ekspansi, mereka juga memiliki promosi yang dinilai lebih baik, misal jumlah hadiah yang besar dan cukup menarik. Walau terdapat perbedaan promosi yang cukup signifikan, PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep kerap diuntungkan dengan kebijakan dari Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah selaku pemilik Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur ini. Yaitu dengan adanya arahan pembukaan rekening tabungan Simpeda untuk penyaluran dana bantuan atau pembangunan, penyaluran gaji PNS, dan penyaluran dana lainnya ke PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep. Sehingga walau terdapat perlambatan ekonomi dan gencarnya promosi dari bank pesaing, Bank PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep masih memiliki tren positif atas pertumbuhan dana pihak ketiganya. Sehingga dinilai perlu diketahui pengaruh kegiatan promosi di Kantor PT.Bank Pembangunan Daerah

Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep yang terus dikembangkan jaringannya tersebut, terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung.

Dalam hal pemasaran produk, informasi sangat penting dalam pemasaran agar setiap pihak yang berkepentingan mengerti akan manfaat dan kelebihan dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu dalam penyampaian informasi tersebut diperlukan adanya suatu kegiatan komunikasi yang efektif atau biasa disebut dengan kegiatan promosi. Keberhasilan promosi tentunya tidak lepas dari bagaimananya promosi dikelola secara strategis. Penentuan model dan media yang tepat dalam keputusan periklanan, penentuan bentuk komunikasi yang paling efektif dalam penjualan langsung, bagaimana dan dengan pihak mana saja perusahaan menciptakan dan mempertahankan hubungan sebagai fungsi dari publisitas, atau waktu kapan perusahaan perlu mengadakan promosi penjualan, merupakan beberapa contoh pertimbangan yang dimasukkan dalam pengelolaan unsur-unsur *promotion mix*.

Berdasarkan paparan di atas serta adanya *research gap* dari penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsurnen Menabung di PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep".

1.2 Rumusan Masalah

Uraian pada latar belakang yang telah disajikan, yang telah penulis jelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah *Promotion Mix* mencakup yaitu periklanan (*advertising*),

penjualan tatap muka (*personal Selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran melalui internet (*internet marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?

2. Apakah periklanan (*advertising*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?
3. Apakah penjualan tatap muka (*personal Selling*) terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?
4. Apakah promosi penjualan (*sales promotion*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?
5. Apakah publisitas (*publicity*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?
6. Apakah pemasaran langsung (*direct marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?
7. Apakah pemasaran melalui internet (*internet marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mempunyai tujuan penelitian, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Promotion Mix* mencakup yaitu periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal Selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan pemasaran melalui internet (*internet marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep
2. Untuk mengetahui dan menganalisis periklanan (*advertising*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis penjualan tatap muka (*personal Selling*) terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi penjualan (*sales promotion*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis publisitas (*publicity*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank

Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis pemasaran langsung (*direct marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pemasaran melalui internet (*internet marketing*) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Menabung PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk Kantor Cabang Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

Bagi manajemen bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang berwawasan pada kesetiaan agar tercipta kepercayaan merek serta untuk dijadikan sebagai dasar perbaikan dan penyempurnaan kekurangan yang ada serta mempertahankan yang sudah baik.

Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu pemasaran dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.