

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia perbankan yang pada saat ini tingkat persaingan cukup tinggi. Di mana Bank Indonesia sebagai bank sentral memberikan kebebasan bagi bank-bank di Indonesia untuk mencari kebutuhan dananya, serta menentukan sendiri tingkat bunga giro, tabungan, deposito, kredit dan lainnya menurut kebijakan bank yang bersangkutan. Di sisi lain Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menentukan tingkat LPS *rate* untuk acuan perbankan dalam memberikantingkat bunga pada tabungan dan deposito. Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) menetapkan TBP simpanan Rupiah di bank umum dan BPR naik masing-masing sebesar 25 *basis point* yakni menjadi 4,25 % pada bank umum dan 6,75% pada Bank Perekonomian Rakyat (BPR). Sedangkan untuk Tingkat Bunga Penjaminan (TBP) simpanan valuta asing (valas) pada bank umum ditetapkan naik menjadi 2.25 %. Dengan ditentukan maksimal suku bunga oleh Bank Indonesia maka perbankan nasional harus mematuhi peraturan tersebut. (LPS, 2023)

Produk Tabungan Perencanaan Masa Depan (Tapenas) merupakan salah satu produk unggulan Bank BNI KCP Cikurubuk yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai solusi untuk merencanakan keuangan jangka panjang. Dalam hal ini keputusan pembelian menjadi bentuk dari nasabah memilih mana yang tepat menjadi produk yang mereka pilih. Menurut Tjiptono (2019:21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik

masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian nasabah menjadi faktor penting bagi bank untuk mencapai keuntungan dan mulai memperhatikan sektor pasar potensial yang dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatan.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan/keputusan pembelian konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang disebut dengan bauran promosi (*promotion mix*). apabila ingin bersaing dengan pemasar lain dan mendapatkan kesuksesan, maka terdapat hal yang harus dianalisis untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kebutuhan pembelian nasabah, yang utama adalah strategi bauran promosi (*promotion mix*). Promosi memainkan peran penting dalam peningkatan volume penjualan yang dilakukan perusahaan. Karena itu penting bagi perusahaan untuk melakukan promosi melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan perseorangan atau biasa disebut *promotion mix* atau bauran promosi. Bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2019;116) adalah “paduan spesifik periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), publisitas (*Publicity*), dan penjualan personal (*Personal Selling*) yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan”. Dimana semua ini dirancang untuk mencapai suatu tujuan perusahaan sehingga menimbulkan dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan penulis di bank BNI KCP Cikurubuk untuk data jumlah nasabah yang membuat TAPENAS selama 4 tahun sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan jumlah nasabah Tapenas

Tahun	Jumlah Nasabah TAPENAS	Growth Pertumbuhan
2020	35 orang	-
2021	31 orang	-11,4%
2022	54 orang	74,2%
2023	30 orang	-44,4%

Sumber data: BNI KCP Cikurubuk Tasikmalaya

Selama 4 tahun terakhir bank BNI KCP Cikurubuk Tasikmalaya mengalami fluktuasi dalam pertumbuhan jumlah nasabah TAPENAS. Meskipun ada peningkatan dan penurunan jumlah nasabah dari tahun ke tahun atau fluktuasi, keputusan pembelian yang diambil oleh nasabah tidak selalu mengikuti pola yang sama. Meskipun bank mungkin mengharapkan bahwa peningkatan jumlah nasabah akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian, kenyataannya tidak selalu demikian. Fenomena masalah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan jumlah nasabah dan keputusan pembelian yang diambil oleh nasabah.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain selain dari pertumbuhan jumlah nasabah mungkin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam konteks produk Tabungan TAPENAS. Dalam konteks ini peneliti menyadari bahwa peran bauran promosi menjadi krusial. Meskipun bauran promosi telah diterapkan untuk menarik nasabah baru atau mempertahankan nasabah lama, namun dalam mempengaruhi keputusan pembelian bauran promosi perlu di teliti atau dievaluasi.

Selain data di atas berdasarkan observasi di lapangan dengan berbagai nasabah beberapa diantaranya ada yang tidak mengajukan atau membuat menjadi nasabah produk TAPENAS di bank BNI KCP Cikurubuk di sebabkan karena fokus dari bank BNI KCP Cikurubuk sendiri yaitu di bidang pelayanan untuk program Indonesia pintar (PIP). Namun pelayanan di bank BNI KCP Cikurubuk cenderung terhambat dikarenakan jam operasional, *customer service* ada 1 karena yang 1 lagi focus melayani PIP. Sehingga menjadi kendala dalam melayani nasabah umum/regular yang menjadikan ketidakpuasan dan pengalaman buruk bagi nasabah karena harus menunggu lama, keterbatasan pelayanan dan antrean yang begitu banyak dengan jumlah *customer service* terbatas, hal itu memungkinkan nasabah merasa tidak nyaman, tidak efektif sehingga menurunkan keputusan pembelian nasabah umum/regular pindah ke bank lain.

Berkaitan dengan penjelasan di atas dan fenomena masalah yang telah diuraikan penulis tertarik mencari tahu lebih dalam sejauh mana bauran promosi yang di terapkan bank BNI untuk produk Tabungan Perencanaan Masa Depan (TAPENAS) ini yang kemudian di deskripsikan dalam Tugas Akhir dengan mengambil judul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TABUNGAN PERENCANAAN MASA DEPAN (TAPENAS) DI BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk. KANTOR CABANG PEMBANTU CIKURUBUK”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran promosi pada produk TAPENAS di Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk?
2. Bagaimana keputusan pembelian nasabah pada produk TAPENAS di Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk?
3. Bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian nasabah memilih produk TAPENAS Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Bauran promosi pada produk TAPENAS di Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk
2. Keputusan pembelian nasabah pada produk TAPENAS Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk
3. Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian nasabah memilih produk TAPENAS Bank Negara Indonesia KCP Cikurubuk

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara pengembangan ilmu maupun praktis diantaranya sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Manfaat pada penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat mengembangkan ilmu perbankan terutama pada hal yang berkaitan dengan bauran promosi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dalam penelitian ini, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat khususnya untuk penulis sendiri dan umumnya untuk pihak lain diantaranya:

1.4.2.1 Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat penyelesaian Tugas Akhir Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi, memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai dunia kerja khususnya di Lembaga Keuangan yaitu Sektor Perbankan serta dapat mengimplementasikan secara langsung teori dan praktik yang telah diberikan saat perkuliahan ketika dilaksanakannya penelitian..

1.4.2.2 Bagi Jurusan Perbankan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan untuk seluruh mahasiswa Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

1.4.2.3 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan atau perbaikan bagi perusahaan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada produk TAPENAS.

1.4.2.1 Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan referensi dan informasi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi

Lokasi penelitian yang digunakan ini di peroleh untuk mendapatkan informasi yang di perlukan dilakukan di PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Ruko Mutiara, Jl. Residen Ardiwinangun No.7-8, Linggajaya, Kec. Mangkubumi, Kab Tasikmalaya, Jawa Barat 46181.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2 Matriks Jadwal Pembuatan Tugas Akhir

No	Jadwal Kegiatan	Tahun 2024											
		Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing			■									
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan				■	■	■						
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal						■						
4	Seminar Proposal Tugas Akhir								■				
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi								■				
6	Pengumpulan dan pengolahan data									■			
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir										■		
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir											■	

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024