

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri jasa merupakan bagian penting dari ekonomi suatu negara. Misalnya, industri jasa berkembang pesat di Indonesia dengan munculnya berbagai subsektor, seperti perbankan, perhotelan, restoran, pariwisata, dan lain-lain. Industri ini sangat penting bagi ekonomi global karena termasuk industri yang mudah dan dapat berkembang dengan cepat dengan modal yang relatif kecil, (Sadi, 2022). Sama seperti industri perbankan saat ini, banyak memiliki penawaran yang menarik pelanggan untuk membuat keputusan pembeli. Keputusan konsumen sendiri adalah jalan yang diambil pelanggan melalui tahap pengambilan keputusan berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat keterlibatan dan variasi pencarian. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan jumlah nasabah. Banyak penawaran yang ada di industri perbankan juga didukung oleh berbagai strategi pemasaran.

Salah satu komponen pemasaran yang sangat penting yang digunakan perusahaan untuk memasarkan barang dan jasa adalah promosi. Promosi bukan hanya berfungsi sebagai cara perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk mempengaruhi pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Ini dilakukan dengan menggunakan alat promosi. Promosi adalah salah satu komponen pemasaran yang sangat penting yang digunakan

perusahaan untuk memasarkan barang dan jasa. Promosi bukan hanya berfungsi sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk membuat pelanggan ingin membeli barang atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan mereka, (Lupiyoadi, 2013).

Kegiatan promosi membantu perusahaan memasarkan produknya dengan cepat karena persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen untuk memilih apa yang mereka inginkan di pasar. Promosi yang efektif mempengaruhi kecenderungan membeli dan loyalitas konsumen terhadap barang yang ditawarkan. Promosi yang ditawarkan dengan baik memberikan kesan tersendiri bagi pelanggan, dan bisnis yang mengutamakan promosi yang baik akan menghasilkan peningkatan jumlah pelanggan.

Bauran promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan suatu produk, pemasar harus membuat rencana komunikasi yang efektif yang ditujukan kepada pelanggan dan dimaksudkan untuk menghasilkan tindakan konsumen yang menguntungkan perusahaan. Bauran Promosi (Promotional Mix) memiliki lima aspek diantaranya: Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Hubungan masyarakat dan Penjualan Langsung, (Sitarus, 2017).

Bauran Promosi dapat memberikan sebab atau akibat yang diharapkan untuk mencapai target pasar yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan. Dalam bauran promosi tentunya pihak yang mempromosikan harus menyampaikan keunggulan dan kegunaan suatu produk agar nasabah tertarik untuk memilih produk tersebut guna mengatasi persaingan pasar yang ketat.

Bank Woori Saudara merupakan salah satu bank swasta yang memiliki produk deposito dengan suku bunga yang cukup tinggi. Namun, tentunya bank pesaing juga memiliki produk deposito dengan tingkat suku bunga yang cukup tinggi juga seperti Bank Sinarmas dan Bank CIMB Niaga. Dengan hal tersebut, maka Bank Woori Saudara harus mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan produk deposito dengan melakukan bauran promosi yang tepat sasaran untuk memasarkan produk deposito.

Tabel 1.1
Perbandingan Tingkat Suku Bunga Deposito Bank Sinarmas, Bank CIMB Niaga dan Bank Woori Saudara

No.	Nama Bank	Tingkat Suku Bunga
1.	Bank Sinarmas	3,75% - 4%
2.	Bank CIMB Niaga	3% - 4,60%
3.	Bank Woori Saudara	4% - 4,50%

Sumber: data dari Bank Sinarmas, Bank CIMB Niaga, dan Bank Woori Saudara 2024

Dari data tersebut menunjukkan bahwa persaingan bunga deposito Bank Sinarmas, Bank CIMB Niaga dan Bank Woori Saudara cukup tinggi. Maka dari itu, bauran promosi diduga menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh bank untuk dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih Bank Woori Saudara menjadi salah satu pilihan dalam investasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas Tugas Akhir mengenai “**Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran promosi produk deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Bagaimana keputusan pembelian produk deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulis yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bauran promosi produk deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk deposito di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bauran promosi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penyusunan proposal tugas akhir ini maka akan diperoleh tambahan pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan penelitian, yang akan menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen, terutama manajemen pemasaran. Selain itu, penulisan proposal tugas akhir ini juga berguna sebagai wadah untuk menerapkan teori dengan praktik-praktik langsung di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi yang dilaksanakan di Bank Woori Saudara dan juga menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi pengelola Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Bagi Lembaga Pendidikan khususnya Universitas Siliwangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu sebagai bahan referensi bagi peneliti terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Tasikmalaya yang berada di Ruko Plaza Asia, Jl. HZ. Mustofa No 326 Blok A5-A6, Kelurahan Tugujaya, Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46126. Bank Woori Saudara merupakan salah satu bank swasta tertua di Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Tabel 1.2
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan <i>outline</i> dan acc judul																
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: diolah penulis, 2024