

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan melalui program *sales promotion*. Industri perbankan merupakan salah satu sektor yang sangat kompetitif, dimana bank-bank berlomba-lomba untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, bank-bank menerapkan berbagai program *sales promotion*. Salah satu jenis bank yang menerapkan strategi ini adalah PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya.

Untuk dapat bersaing dengan bank-bank umum, Bank Perkreditan Rakyat juga perlu menerapkan program *sales promotion* yang efektif dalam menarik dan mempertahankan nasabah. A.N Uluwiyah, (2022): Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa produk atau jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Program sales promotion dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan awareness merek, mendorong penjualan, dan meningkatkan loyalitas nasabah. Undian hadiah merupakan salah satu jenis program sales promotion yang populer dan banyak digunakan oleh BPR.

Berbagai macam cara yang dilakukan perusahaan dalam menarik daya beli masyarakat sangat beragam salah satunya dengan cara memberikan *doorprize* atau hadiah kepada nasabah. Dalam konteks ini beberapa perusahaan mempunyai berbagai macam syarat yang diajukan kepada nasabah untuk mengambil *doorprize* atau hadiah yang menjadi milik nasabah. Dari berbagai macam cara untuk mengambil hadiah tersebut salah satunya adalah menabung untuk perusahaan yang menyediakan konsep *doorprize* atau hadiah kepada nasabah. Dalam konteks ini banyak nasabah yang menabung untuk mendapatkan *doorprize* atau hadiah tersebut, namun ada juga nasabah yang enggan menabung dengan alasan memberatkan biaya yang harus dikeluarkan.

Dalam dunia bisnis yang ketat, strategi promosi menjadi kunci utama bagi Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional untuk memperoleh dan mempertahankan nasabah. Salah satu strategi yang digunakan adalah undian berhadiah, yang mana telah terbukti berhasil meningkatkan jumlah nasabah baru sejak awal diperkenalkannya program tersebut. Namun, seperti halnya banyak bisnis lainnya, dampak pandemi COVID-19 pada tahun 2020 membawa tantangan baru bagi industri perbankan. Penurunan ekonomi menyebabkan ketidakpastian finansial di kalangan masyarakat, yang mengakibatkan penurunan minat dalam berpartisipasi dalam undian berhadiah tersebut.

Untuk mengatasi penurunan ini, Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional melakukan inovasi dengan menciptakan undian hadiah ganda. Konsepnya sederhana namun efektif, setiap nasabah yang rajin menabung atau menaikan jumlah tabungannya akan mendapatkan hadiah langsung yang

diberikan setiap 6 bulan sekali. Namun, yang lebih menariknya lagi, mereka juga berkesempatan untuk memenangkan hadiah besar seperti mobil, motor, sepeda listrik atau kulkas. Dengan cara ini, Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional tidak hanya mendorong nasabah untuk meningkatkan aktivitas tabungan mereka, tetapi juga memberikan intensif tambahan yang menarik untuk tetap terlibat dalam program undian. Ini tidak hanya menguntungkan bagi nasabah yang setia, tetapi juga memberikan dorongan positif bagi pertumbuhan bisnis Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat.

Sistem *doorprize* itu sendiri mulai di terapkan di PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya mulai dari 13 tahun yang lalu yaitu pada tahun 2011. Ada beberapa hadiah yang di siapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya itu sendiri mulai dari *Grand Prize* berupa mobil, motor, sepedah listrik dan LED.

Tabel 1.1 Daftar Hadiah Undian

Tahun 2011 - 2023	Tahun 2024
1 Unit Mobil	1 Unit Mobil
9 Unit Motor	3 Unit Motor
9 Unit LED	9 Unit Sepeda Listrik
9 Unit Kulkas	

Sumber: diolah penulis, 2024

Sistem *doorprize* atau hadiah ini diberlakukan setiap satu tahun sekali ada juga yang per enam bulan sekali, ketika pada bank BPR terdapat banyak orang yang

menabung dengan ketentuan minimal uang tabungan di rekening sebesar Rp. 250.000 dalam kurun waktu 1 bulan, uang tersebut dianggap sebagai poin dalam mengikuti *doorprize* dengan Rp. 250.000 sama dengan 1 poin. Sehingga semakin banyak tabungan yang ada di bank tersebut maka semakin banyak poin yang didapat. Pemenang *doorprize* ini mengacu pada banyak poin yang dimiliki nasabah.

Jika mengikuti perkembangan dan realita yang terjadi di zaman sekarang, hadiah terkadang menjadi alat untuk tujuan tertentu atau ada maksud lain, sebagai media pendekatan untuk mendapatkan keuntungan. Di antara hadiah yang di maksud adalah hadiah yang mempunyai banyak persyaratan seperti contoh *doorprize* atau hadiah yang harus di tebus untuk mendapatkan barang tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai analisis program *sales promotion* pada Bank Perkreditan Rakyat dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan strategi pemasaran industri perbankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan judul **“ANALISIS PROGRAM SALES PROMOTION PADA PD. BANK PERKREDITAN RAKYAT ARTHA SUKAPURA KANTOR PUSAT OPERASIONAL TASIKMALAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari pembahasan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah:

1. Jenis-jenis program *sales promotion* yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan program *sales promotion* di PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya;
3. Bagaimana strategi pengembangan *sales promotion* yang dapat diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya;
4. Bagaimana hambatan dan solusi mengenai program *sales promotion* yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya;

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui jenis-jenis program *sales promotion* yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan program *sales promotion* di PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan *sales promotion* yang dapat diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya.

4. Untuk mengetahui bagaimana hambatan dan solusi mengenai program *sales promotion* yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 kegunaan Pengembangan Ilmu

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Memperluas wawasan dan pemahaman penulis tentang konsep dan teori-teori pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan strategi *sales promotion* diindustri perbankan.

2. Bagi pihak lain

Memberikan wawasan baru bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji topik serupa atau melakukan penelitian lanjutan dibidang pemasaran perbankan.

1.4.2 kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Meningkatkan kemampuan penulis dalam mengidentifikasi dan menganalisis program *sales promotion* diindustri perbankan.

2. Bagi Perusahaan

Mengidentifikasi peluang-peluang pengembangan program *sales promotion* yang dapat diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura tepatnya di PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional di Jalan Ahmad Yani No. 138A, Sukamanah, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Kode Pos 46111.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan direncanakan mulai Februari 2024 – Juni 2024. Berikut jadwal penelitiannya:

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2024																			
		Februari				Maret				April				mei				juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	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																				

Sumber : diolah penulis, 2024