

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menabung merupakan salah satu kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank. Menabung memerlukan niat agar perilaku seseorang terarah pada aktivitas tersebut (menabung). Dalam upaya menarik keputusan nasabah untuk berkeinginan menabung di bank dilakukan berbagai strategi perusahaan diantaranya dengan promosi, lokasi yang strategis dan kualitas layanan.

Kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi dalam bidang perbankan menjadikan lembaga keuangan semakin aktif untuk bersaing agar lembaga keuangan tersebut tetap bertahan. Kegiatan utama pihak perbankan disamping menyalurkan dana juga menghimpun dana, sedangkan lembaga keuangan lainnya lebih diarahkan kepada penyaluran dana-nya saja (Kasmir, 2013:9).

Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan (Kasmir, 2012:2).

Promosi yang dilakukan bank menjadi sarana penting untuk memperkenalkan produk apa yang telah dimiliki bank kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan bank. Promosi adalah cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang

dijual (Kotler dan Keller, 2007:204). Hubungan promosi dan penjualan adalah dimana promosi meningkatkan angka penjualan. Pada umumnya jika angka penjualan sudah tinggi maka akan mengurangi kegiatan promosi. Adanya kegiatan promosi dapat meningkatkan penjualan jangka pendek selama kegiatan promosi diselenggarakan. Promosi dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan produk-produk baru sehingga mendorong para nasabah untuk tertarik dengan produk atau jasa yang kita tawarkan pada saat kegiatan tersebut dilaksanakan.

Lokasi merupakan tempat berdirinya suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan operasi setiap harinya. Tentu saja lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung. Dimana jika lokasi bank cukup strategis dekat jalan raya dan pusat perdagangan memungkinkan nasabah memutuskan untuk menabung karena lebih cepat dan mudah dijangkau. Penentuan lokasi menurut Sentot Imam (2010) merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun di tempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah berada, mudah pencapaiannya dan dekat dengan penyedia tenaga kerja.

Kualitas layanan juga memiliki hubungan yang erat dengan keputusan nasabah menyimpan dananya di bank. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang, memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan nilai simpanan nasabah di bank dengan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan terhadap penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen (Kotler & Keller 2009: 184). Menurut Basu Swasta dan Irawan (2008: 118) dalam Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015) keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah pembelian.

Bank BCA juga menawarkan berbagai macam produk tabungan diantaranya yaitu 1. Tabungan Tahapan 2. Tabungan Tahapan Expresi 3. Tabungan Tahapan Berjangka 4. Tabungan Tahapan Gold 5. Tabungan Tapres 6. Tabungan Simpanan Pelajar 7. Tabunganku. Selain itu produk tersebut juga memiliki keunggulan seperti pada tabel 1.1

TABEL 1.1
KEUNGGULAN PRODUK TABUNGAN BANK BCA

No	Produk	Keunggulan
1	Tabungan Tahapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan kartu ATM. 2. Cash-less pembayaran dengan paspor BCA.
2	Tabungan Tahapan Expresi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih praktis tanpa buku tabungan. 2. Pembukaan pertama mendapatkan BCA gratis voucher belanja.
3	Tabungan Tahapan Berjangka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suku bunga diatas tabungan reguler. 2. Gratis asuransi jiwa bagi nasabah.
4	Tahapan Gold	<ol style="list-style-type: none"> 1. ada layanan autoprint tanpa harus antri di CSO jika ingin mencetak buku tabungan. 2. Terdapat puluhan mitra BCA yang 3. Pembayaran dan pembeliannya melalui e-bangking

5	Tabungan Tapres	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas biaya administrasi. 2. Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp. 5.000.
7	Tabungan Simpanan Pelajar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas biaya administrasi. 2. Mendapatkan suku bunga sesuai saldo.
8	Tabunganku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas biaya administrasi. 2. Mendapatkan suku bunga sesuai saldo.

Sumber : <http://www.bca.co.id>

Berbagai jenis macam produk tabungan yang telah ditawarkan oleh Bank BCA dan promosi yang dilakukan dengan memberikan fasilitas yang sangat menguntungkan tentunya hal tersebut mampu mendukung nasabah untuk memutuskan menabung pada Bank BCA, serta lokasi Bank BCA yang banyak kita temukan dimana-mana dan sangat mudah dijangkau untuk pengambilan uang tunai maupun setoran tunai. Promosi yang dilakukan oleh Bank BCA melalui hadiah-hadiah atau pemberian voucher belanja, lokasi dekat dengan tempat tinggal dalam usaha meningkatkan Keputusan nasabah untuk menabung dan Kualitas Layanan yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Pada survei yang dilakukan oleh *Top Brand*, selama 5 tahun berturut-turut Bank BCA selalu mendapatkan peringkat pertama dibandingkan dengan bank-bank lain hal tersebut menunjukkan bahwa Keputusan menabung di Bank BCA sangatlah tinggi dibandingkan dengan bank-bank lain seperti Bank BRI, Bank BNI, dan Bank Mandiri. Bank BCA mendapatkan prosentase sebesar 25,0 %, seperti Tabel 1.2 berikut ini :

TABEL 1.2
BANK PERAIH *TOP BRAND* PRODUK TABUNGAN DI
INDONESIA TAHUN 2017

Merek	<i>Top Brand</i> Indonesia
Tahapan BCA	25,0 %
BRI Simpedes	15,5 %
BRI Britama	13,2 %
BNI Taplus	9,2 %
Tabungan Mandiri	7,6 %

Sumber: <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa Keputusan menabung nasabah pada Bank BCA (yang dipublikasikan tahun 2017) berada pada peringkat paling atas yaitu ke satu, meraih prosentase sebesar 25,0 %. Hal tersebut tentunya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti Promosi yang dilakukan Bank BCA yang sangat menarik, Lokasi yang sangat strategis dan mudah ditemukan dimana-mana, dan Kualitas Layanan yang memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menentukan Keputusan menabung.

Dalam mencari strategi perusahaan perbankan yang terbaik perlu diketahui pengaruh apa yang berpengaruh besar terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank BCA. Hal tersebut menumbuhkan keinginan untuk lebih jauh mengetahui faktor apa yang berpengaruh besar terhadap pencapaian Bank BCA selama beberapa tahun ini mendapatkan peringkat pertama pada *Top Brand* kategori produk tabungan bank di Indonesia, yaitu jika ditinjau dari segi Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya?
- b. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya?
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya?
- d. Apakah promosi, lokasi dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pada Bank BCA di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya.
- b. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya.
- c. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya.

- d. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh promosi, lokasi, kualitas layanan secara simultan terhadap keputusan menabung pada Bank Central Asia di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi STIE Perbanas dan dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen perbankan, khususnya yang terkait dengan pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Central Asia di Surabaya.

- b. Bagi Perusahaan BCA Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang dapat digunakan sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran produk jasa tabungan agar dapat memperoleh kepercayaan yang lebih banyak dari nasabah.

- c. Bagi Peneliti

Melalui penelitian yang dilakukan ini peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan dipelajari dari sudut pandang ilmu pemasaran dari berbagai segi dan aspek serta peneliti memperoleh gambaran

atau rancangan baru tentang ilmu pengetahuan pemasaran yang telah dilakukan peneliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini, peneliti membagi bab–bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Dengan demikian, pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas secara umum mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas penelitian selanjutnya yaitu kerangka teori yang berhubungan dengan tujuan penulisan ini, serta teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti serta kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil uji yang sudah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran dari peniliti untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

