

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor perbankan adalah salah satu bidang bisnis yang memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran pembangunan nasional. Fungsi utama suatu bank adalah sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir,2013:44). Kegiatan pemasaran saat ini memiliki peranan yang sangat sesuai dengan fungsi pemasaran yang harus di lakukan oleh perusahaan perbankan untuk dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Menurut Nitisemito (2009:67), pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan suatu permintaan yang efektif.

Informasi pemasaran sangat penting agar setiap pihak-pihak yang berkepentingan mengetahui dan mengerti akan manfaat dan kelebihan dari produk yang ditawarkan. Penyampaian Informasi tersebut dibutuhkan adanya suatu kegiatan promosi. Promosi merupakan salah satu instrumen strategi bauran pemasaran yang paling populer diantara instrumen strategi lainnya dan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah di bank.

Perusahaan perlu melakukan promosi agar produknya dikenal dan masyarakatpun tertarik dengan produknya, salah satunya adalah dengan promosi penjualan. Melakukan promosi penjualan, banyak hal yang dapat dilakukan oleh PT. Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang untuk menarik ataupun menghimpun dana dari masyarakat, seperti dengan memberikan hadiah langsung, undian berhadiah dan lainnya, sehingga nasabah tertarik untuk menabung pada Bank tersebut.

Data Simpanan Pelajar (Simpel) yang diperoleh penulis dari PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Persentase Tahunan Produk Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	10%
2016	7%
2017	5%

Sumber : PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2015 jumlah nasabah produk simpel mencapai angka 10% dan menurun pada tahun tahun berikutnya, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya permasalahan yang selama ini menunjukkan *promotion mix* belum sepenuhnya dapat dimaksimalkan melalui terapan – terapan nyata, akibatnya jika promosi tidak dilakukan maka banyak nasabah ataupun mahasiswa tidak tahu akan keberadaan produk tersebut dan tidak dorongan untuk membeli, masih banyak masyarakat khususnya pelajar yang masih belum tau ataupun belum tertarik untuk menabung pada produk Simpanan Pelajar (Simpel) khususnya milik Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang.

Bauran promosi (*Promotion Mix*) merupakan alat bauran pemasaran yang meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran. Menurut Kotler & Armstrong (2001:98-100) *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*). Bauran promosi ini menjadi upaya untuk mengenalkan produk kepada nasabah khususnya kepada mahasiswa dalam mengenal hal yang berkaitan dengan produk tersebut.

Biasanya Nasabah selalu mencari pengenalan produk tabungan terlebih dahulu sebelum menabung yang tujuannya untuk melakukan perbandingan dan melakukan tinjauan langsung sesuai dengan bentuk promosi yang menjadi informasi penting bagi nasabah dalam mengambil sebuah keputusan. Melalui

bauran promosi inilah pihak perusahaan mampu memperkenalkan produk-produk tabungannya.

Penulis memilih BRI Kantor Cabang Rivai Palembang sebagai objek penelitian dengan alasan BRI memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak sehingga membutuhkan kinerja kereliasan yang baik guna menjaga dan menambah jumlah nasabah produk Simpel BRI , selain itu BRI memiliki kantor cabang diberbagai tempat yang memudahkan para nasabahnya untuk menjangkau dan melakukan transaksi.

Mengingat pentingnya bauran promosi dalam memasarkan dan memperkenalkan suatu produk maupun jasa, penulis tertarik untuk membahas mengenai seberapa besar pengaruh bauran promosi tersebut dalam mempengaruhi minat menabung nasabah khususnya Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang untuk menabung pada produk Simpanan Pelajar (simpler) yang di tawarkan oleh PT. Bank BRI Kantor Cabang Palembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Menabung Pelajar Pada Produk Simpanan Pelajar (Simpler) PT Bank BRI Cabang Rivai Palembang (Studi Kasus : Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang) ”.**

1.2. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah bauran promosi berpengaruh terhadap minat menabung Pelajar pada produk simpanan pelajar Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang khususnya Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang?
2. Bauran promosi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap minat Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang dalam menabung?

1.3. Ruang Lingkup Dan Batasan Masalah

1.3.1 Ruang Lingkup

Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah penelitian agar dapat tergambar secara jelas mengenai permasalahan yang diambil yakni **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Menabung Pelajar Pada Produk Simpanan Pelajar (simpler) Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang (Studi Kasus : Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang)”**.

1.3.2 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi permasalahan yang ada, yaitu pengaruh bauran promosi terhadap upaya meningkatkan minat menabung produk Simpanan Pelajar (Simpler) pada Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang

1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, ialah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah bauran promosi berpengaruh terhadap minat menabung Pelajar pada produk simpler Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang khususnya Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang?
- b. Bauran promosi mana yang paling dominan berpengaruh terhadap minat Siswa-siswi SMK Negeri 1 Palembang dalam menabung?

1.4.2. Manfaat Penelitian

Manfaat pelaksanaan penelitian ini, ialah sebagai berikut :

- a. Penulis dapat memperoleh pengetahuan berbagai promosi secara nyata yang dilakukan oleh PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Palembang.

- b. Memberikan berbagai saran dan masukan bagi PT Bank BRI Kantor Cabang Rivai Plaembang untuk dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menerapkan media mana yang paling efektif dalam menarik minat mahasiswa untuk menabung pada produk tabungan mereka.

1.5. Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Meliputi Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

2. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012) Uji validitas data adalah teknik korelasi untuk menentukan validitas item.

3. Uji Reabilitas

Menurut Rosdiana (2011:35) Uji reabilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

4. Regresi Linier Berganda

Menurut Rosdiana (2011:37) Regresi linier berganda dimaksudkan untuk mengetahui hubungan yang ada diantara variabel independen dengan variabel dependen.