

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

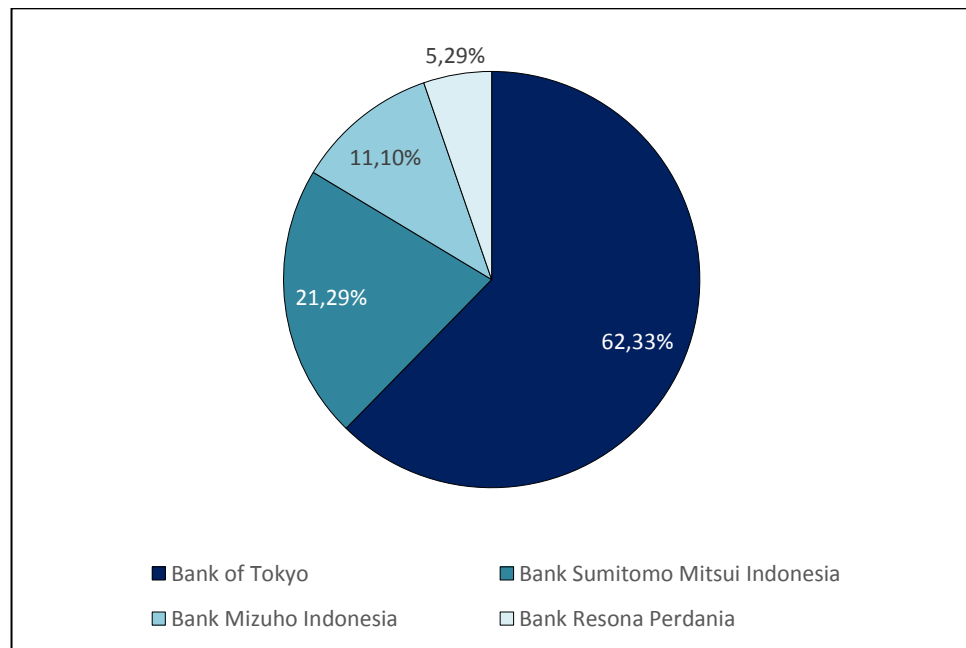
Definisi bank dalam literasi umum adalah institusi yang menyediakan jasa keuangan yang memiliki dua kegiatan dasar utama yaitu menerima deposit dari publik dan menyalurkan kredit. Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 1998, perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat. Peran bank terkait stabilitas ekonomi memosisikannya sebagai institusi keuangan yang paling krusial di masyarakat.

Secara umum, bank di Indonesia di bagi menjadi beberapa jenis seperti bank sentral, bank pemerintah, bank swasta, bank daerah, bank syariah dan bank asing. Bank di Indonesia saat ini berjumlah 120<sup>4</sup> yang terdiri dari beberapa

kategori yaitu Bank Persero, BUSN Devisa, BUSN Non Devisa, BPD dan Bank Campuran.

Pada penelitian kali ini, penulis lebih fokus pada persaingan antar bank asing terutama bank asing Jepang yaitu Bank of Tokyo Mitsubishi UFJ (BTMU), Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI), Bank Mizuho Indonesia (BMI) dan Bank Resona Perdania (Resona). Keempat bank tersebut merupakan bank korporasi dengan nasabah hanya dari kalangan korporasi atau perusahaan terutama perusahaan-perusahaan Jepang yang beroperasi di Indonesia. Pada tahun 2017, keempat bank korporasi Jepang ini mengalami kenaikan jumlah pendapatan dibandingkan tahun sebelumnya.

Pedapatan bank mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2015 yang ditampilkan pada Table 1.1, dengan kenaikan maksimum mencapai 28% yang diperoleh oleh Bank Resona Perdania. Kenaikan terendah yang diperoleh oleh Bank Mizuho berada pada level 10%. Pola kenaikan ini tetap bertahan hingga tahun 2016 kecuali untuk Bank Resona Perdania yang membukukan perubahan pendapatan negatif mencapai -2%. Sedangkan untuk tahun 2017, laju kenaikan pendapatan mengalami penurunan signifikan untuk semua bank walaupun persentase pendapatan masih berada pada level positif



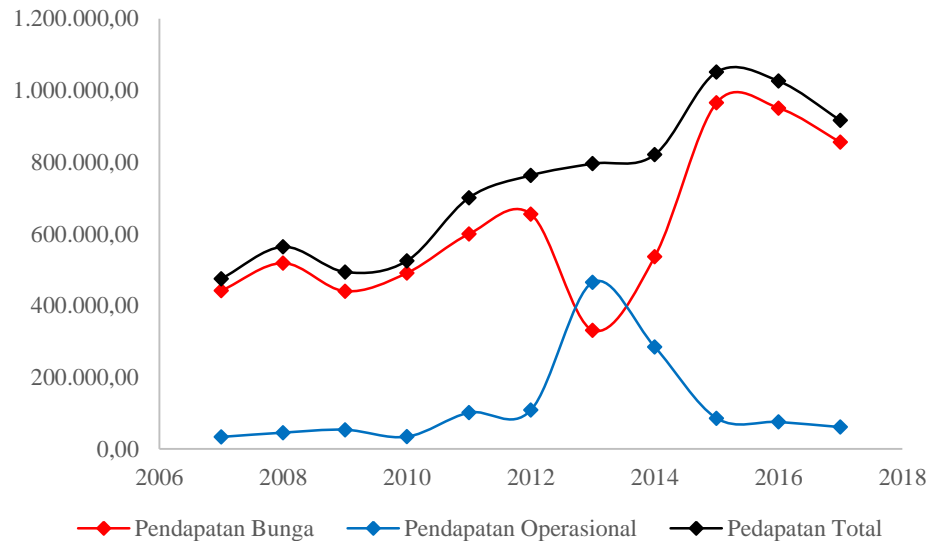
**Gambar 1.1.** Perbandinga pendapatan antar bank pada tahun fiskal 2017

**Tabel 1.1 Pendapatan bank dalam periode 2014 hingga 2017. Pendapatan dinyatakan dalam satuan juta rupiah**

Bank	2014	2015	2016	2017
Bank of Tokyo	7,368,272	8,840,499	10,605,116	10,798,862
<i>Pendapatan bunga</i>	3,533,648	4,764,690	5,605,075	5,716,941
<i>Pendapatan operasional</i>	3,834,624	4,075,809	5,000,041	5,081,921
	-	20%	20%	2%
Bank Sumitomo Mitsui Indonesia	2,044,611	2,495,114	3,201,631	3,688,070
<i>Pendapatan bunga</i>	1,743,492	2,258,649	2,798,515	3,119,967
<i>Pendapatan operasional</i>	301,119	236,465	403,116	568,103
	-	22%	28%	2%
Bank Mizuho Indonesia	1,649,853	1,815,779	1,855,100	1,922,809
<i>Pendapatan bunga</i>	1,358,873	1,487,260	1,502,940	1,551,393
<i>Pendapatan operasional</i>	290,980	328,519	352,160	371,416
	-	10%	2%	4%
Bank Resona Perdania	820,570	1,050,930	1,025,810	916,000
<i>Pendapatan bunga</i>	536,052	965,390	950,570	855,220
<i>Pendapatan operasional</i>	284,518	85,540	75,240	60,780
	-	28%	-2%	-11%

Berbeda dengan bank Jepang lainnya, Bank Resona Perdania menjadi satu-satunya bank yang mengalami penurunan pendapatan dalam dua tahun terakhir yang mencatat penurunan hingga 11%. Sementara itu, Bank Mizuho tetap menunjukkan konsistensi kenaikan laju perubahan pendapatan yang positif berada pada level 4% pada tahun 2017. Gambar 1.1, menunjukkan perbandingan pendapatan bank pada tahun 2017. Persentase pendapatan terbesar dimiliki oleh

Bank of Tokyo dan diikuti oleh Bank Sumitomo Mitsui Indonesia, Bank Mizuho Indonesia dan terakhir adalah Bank Resona Perdania



**Gambar 1.2.** Pendapatan Bank Resona Perdania dalam rentang waktu 2007 hingga 2017. Satuan pendapatan dinyatakan dalam jutaan rupiah.

Ditinjau dari sudut pandang promosi, kegiatan promosi merupakan salah satu upaya bank untuk meningkatkan jumlah transaksi para nasabah yang secara langsung akan meningkatkan jumlah pendapatan. Pengertian promosi menurut Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman (2002: 123) adalah suatu informasi yang disampaikan oleh penjual kepada pembeli yang mempunyai tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli, yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu sehingga mengenali, mengingat produk serta melakukan pembelian.

Sedangkan menurut Alma (2006:256) promosi adalah suatu bentuk penyampaian informasi yang menjelaskan dan memberi keyakinan calon pembeli mengenai produk dengan tujuan mendapatkan perhatian,

mengedukasi, mengingatkan, dan meyakinkan calon pembeli. Dalam literasi lain, menurut (Swastha & Irawan (2005:374), AIDA (*attention, interest, desire, dan action*) adalah suatu cara promosi yang penting untuk menaikkan angka volume penjualan. Aktivitas promosi tersebut antara lain mendapatkan perhatian (*attention*), memberi minat (*interest*), mendatangkan keinginan (*desire*), mencapai perlakuan (*action*).

Berdasarkan pengertian-pengertian promosi diatas, penulis menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap angka penjualan atau pendapatan dan dapat berpengaruh terhadap angka pencapaian pangsa pasar yang diraih oleh bank. Oleh karena itu, penulis tertarik membahas dalam tulisan ini dengan mengangkat analisis faktor-faktor yang mempengaruhi total pendapatan pada saah satu bank asing yang berdampak pada posisi pangsa pasat bank tersebut di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap penjualan atau pendapatan dan pangsa pasar khususnya bagi Bank asing tersebut.

1. Apakah biaya Promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan atau pendapatan?
2. Apakah Modal dasar memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan atau pendapatan?

3. Apakah Tingkat Inflasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan atau pendapatan?
4. Apakah Suku bunga acuan Bank Indonesia memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan atau pendapatan?
5. Apakah pendapatan pengaruh signifikan dan positif terhadap pencapaian pangsa pasar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan distribusi sebagai faktor-faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan Bank Resona Perdania di tahun 2017 dan mengetahui pengaruhnya pada pangsa pasar yang di raih.

1. Menguji pengaruh promosi terhadap jumlah penjualan atau pendapatan.
2. Menguji pengaruh Modal dasar terhadap jumlah penjualan atau pendapatan.
3. Menguji pengaruh tingkat inflasi terhadap jumlah penjualan atau pendapatan.
4. Menguji pengaruh Suku Bunga acuan Bank Indonesia terhadap jumlah penjualan atau pendapatan.
5. Menguji pengaruh penjualan atau pendapatan terhadap pangsa pasar.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada uraian diatas, maka manfaat penelitian yang dapat diberikan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Bank Resona Perdania sebagai kajian yang memadai untuk bahan evaluasi dan rujukan dalam pengambilan keputusan dalam rangka meningkatkan penjualan atau pendapatan baik pendapatan bunga maupun pendapatan operasional.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi peneliti lain tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan atau pendapatan suatu bank.