

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini, apalagi dengan mulainya masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) membuat batasan negara yang satu dengan negara lain menjadi hilang. Hal ini mengakibatkan kegiatan sektor jasa terutama perbankan mengalami perubahan signifikan yang secara dramatis mempengaruhi gaya hidup nasabah. Dalam situasi ini setiap perbankan berupaya untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Namun sebagian besar yang terjadi di industri perbankan dan jelas sekali tampak apabila nasabah tidak loyal lagi, diindikasikan dengan berkurangnya jumlah nasabah, yang otomatis berpengaruh pada berkurangnya jumlah dana dalam beberapa produk baik DPK “Dana Pihak Ketiga” (seperti : tabungan, deposito, giro) maupun berkurangnya jumlah AUM “Asset Under Management” (seperti : surat berharga, produk ORI, SUKUK, Reksadana, dan Bank Assurance), tentunya berpengaruh pada total dana FUM “Fund Under Management” yang merupakan gabungan dari DPK dan AUM.

Indikasi yang lain adalah berpindahnya nasabah ke bank lain karena harga serta bunga yang ditawarkan lebih tinggi ditambah dengan adanya cash back atau hadiah yang cukup besar, fasilitas dan kemudahan akses, kecanggihan teknologi, kecepatan, serta adanya inovasi baru.

Untuk menghindari indikasi tersebut maka diperlukan perluasan jaringan dengan memanfaatkan globalisasi di seluruh aspek pelayanan, demi memberikan kepuasan dan nilai tambah kepada nasabah. Baik itu nilai tambah dari segi variasi produk jasa keuangan yang ditawarkan (kombinasi dari produk perbankan, investasi, hingga asuransi) maupun pelayanan jasa keuangan lainnya seperti memperluas jaringan ke anak-anak perusahaan lainnya yang bergerak dibidang sekuritas, otomotif dan sebagainya. Dengan begitu, diharapkan loyalitas nasabah akan meningkat karena adanya konsep yang komprehensif dan menyeluruh di bawah satu atap “*one stop financial services*”.

Salah satu perbankan yang mengutamakan kualitas untuk mencapai kepercayaan, kepuasan sehingga tercipta loyalitas nasabah adalah PT Bank Mandiri (Persero), khususnya Outlet Prioritas. Outlet prioritas ini dikenal sebagai pelayanan dari Wealth Management, dimana hanya bank-bank papan atas yang memiliki jaringan luas serta basis nasabah yang besar dan sasaran dari pelayanan ini adalah nasabah kelas atas, yang tidak punya waktu banyak karena bisnis dan kesibukan lainnya, sehingga memanfaatkan pelayanan prioritas untuk berbagai transaksi.

Secara umum, produk dan pelayanan prioritas yang ditawarkan bank-bank kepada nasabah kelas atas hampir sama. Setiap bank memiliki ciri khas tersendiri dalam menawarkan layanan istimewa tersebut, seperti menyuguhkan ruang khusus atau *lounge* eksklusif untuk melayani nasabah prioritas walaupun masih satu kesatuan dengan gedung cabang reguler, ada yang membuat bangunan atau outlet sendiri, ada juga yang membagi-bagi kelas nasabah berdasarkan dananya

dan tentunya *benefit* serta layanan yang berbeda pula. Apalagi kedepannya diperkirakan pertumbuhan bisnis perbankan ini juga akan sangat dipengaruhi oleh regulasi-regulasi yang diberlakukan pemerintah dan Bank Indonesia.

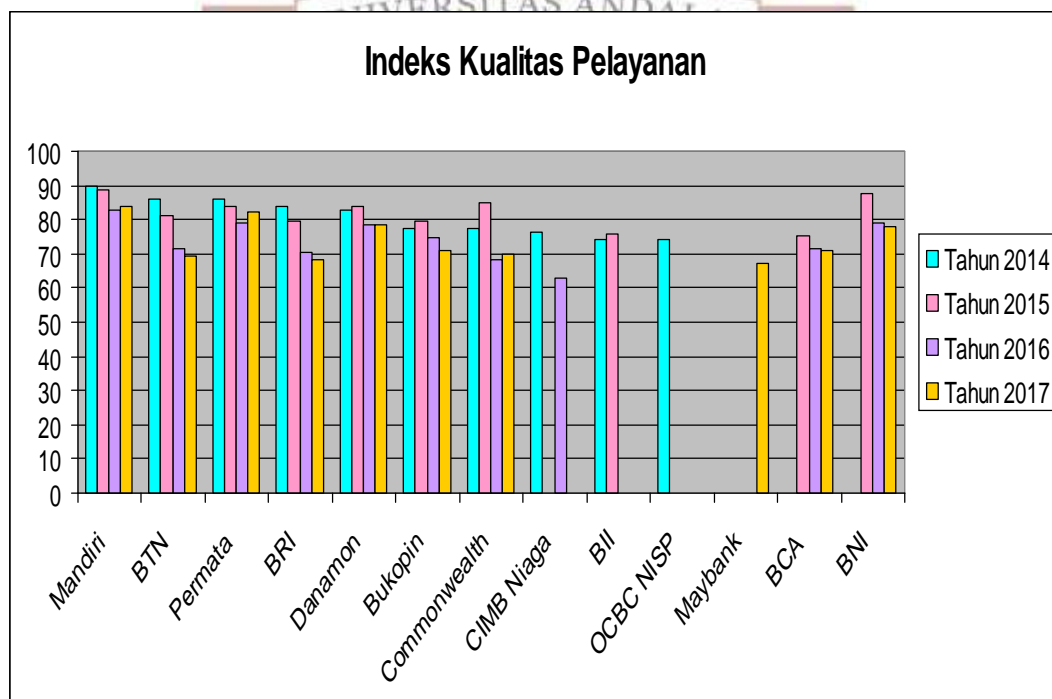
Sebagai salah satu yang dipercayakan dalam memberikan pelayanan prioritas, bank mandiri memiliki prestasi baik dalam hal kinerja keuangan maupun dari segi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari prestasi yang diraihinya sebagai bank berpredikat *Best Bank Service Excellence* selama 10 tahun berturut-turut pada ajang *Banking Services Excellence Award 2017* yang digelar *Marketing Research Indonesia* dan majalah Infobank (viva.co.id, 2017).

**Tabel 1.1. 10 Bank Terbaik Dalam Pelayanan Prima**

No	Tahun 2014		Tahun 2015		Tahun 2016		Tahun 2017	%
	Nama Bank	%	Nama Bank	%	Nama Bank	%	Nama Bank	
1	Mandiri	89.56	Mandiri	88.80	Mandiri	83.04	Mandiri	83.81
2	BTN	85.87	BNI	87.46	BNI	79.00	Permata	82.38
3	Permata	85.76	Common wealth	84.68	Permata	78.88	Danamon	78.53
4	BRI	83.62	Danamon	83.87	Danamon	78.30	BNI	78.16
5	Danamon	82.56	Permata	83.81	Bukopin	74.55	Bukopin	71.03
6	Bukopin	77.46	BTN	80.93	BTN	71.53	BCA	71.03
7	Common wealth	77.40	Bukopin	79.70	BCA	71.39	Common wealth	70.03
8	CIMB Niaga	76.19	BRI	79.44	BRI	70.52	BTN	69.39
9	BII	74.27	BII	75.82	Common wealth	68.27	BRI	68.33
10	OCBC NISP	74.00	BCA	75.37	CIMB Niaga	62.97	Maybank	67.46

Sumber : Majalah Info Bank Vol. XXXIX No. 463, Tahun 2017

Berdasarkan data menurut survey *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) dan Majalah Infobank di atas, terlihat sepanjang tiga tahun terakhir Bank Mandiri selalu dapat mempertahankan predikat sebagai bank yang paling baik dalam memberikan pelayanan prima dari 10 bank yang ada, walaupun ada persentase kecenderungan menurun, sebagaimana yang terlihat pada Tabel 1.1 di atas.



**Gambar 1.1 Indeks Kualitas Pelayanan**

Sumber : Majalah Info Bank XXXIX No.463, Tahun 2017

Namun jika dilihat indeks pelayanan yang ada sepanjang tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 terjadi penurunan kualitas pelayanan yang diberikan bank Mandiri dari 89,56% menjadi 83,04%. Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2016 kualitas pelayanan yang ada cenderung kurang baik dari tahun sebelumnya.

Kualitas pelayanan yang menurun tersebut secara tidak langsung menunjukkan bentuk penilaian dari kepuasan dan tingkat loyalitas nasabah terhadap bank Mandiri Prioritas.

Serta kecenderungan nasabah kaya tersebut juga bingung untuk mengelola aset kekayaan, sehingga membutuhkan *Relationship Manager* untuk membantu mengelola dan memberikan arahan investasi mana yang sesuai dengan portofolio nasabah. Dengan begitu aset yang ada bisa lebih dikembangkan pada pos-pos yang berbeda, tidak terpatok pada deposito dan tabungan saja, tapi bisa ditempatkan di produk investasi obligasi seperti ORI dan SUKUK, saham reksadana terproteksi (RDT), *bank assurance* yang memiliki investasi dan berbagai produk lainnya.

Banyak hal yang bisa menjadi faktor pengaruh terhadap penurunan kualitas pelayanan tersebut. Adanya persaingan ketat dan lebih terbuka dalam merebut nasabah, baik itu dengan memberikan benefit atau hadiah, cash back serta bunga yang tinggi, menawarkan kemudahan dan fleksibilitas waktu, kecanggihan teknologi, kenyamanan dan keamanan bertransaksi, adanya fasilitas *pick up* uang atau dengan kata lain jemput bola terhadap apapun kebutuhan nasabah dengan mendatangi nasabah langsung di tempat, adanya *event* atau *gathering* menarik sesuai hobi nasabah dan masih banyak lagi. Itu semua merupakan bentuk-bentuk perwujudan dari kualitas pelayanan yang ditawarkan demi mendapatkan kepuasan yang bermuara pada loyalitas nasabah.

Selain itu, semakin banyaknya tuntutan kebutuhan gaya hidup nasabah dan semakin luasnya konektivitas jaringan sosial, membuat nasabah menginginkan

sesuatu yang lebih unik, cepat, mudah dan akurat dalam mendapatkan pelayanan.

Hal ini dikarenakan sudah tidak sesuai lagi jenis pelayanan dengan kualitas standar dan monoton untuk memenuhi tuntutan kebutuhan tersebut. Apalagi banyak nasabah yang ber-bank atau memilih bank tertentu demi mengukuhkan jati diri dengan membentuk kelompok-kelompok sosial yang berbeda dalam suatu perkumpulan sosialita ataupun organisasi.

Seperti yang ada di Bank Mandiri Prioritas Padang, dimana ada beberapa nasabah memilih menanamkan banyak dana disini dikarenakan referensi mulut ke mulut dari kelompok sosialita “Sinar Pagi”, suatu komunitas yang sering mengadakan acara jalan pagi bersama atau kegiatan jalan-jalan, maupun kegiatan sosial lainnya hanya untuk sekedar berkumpul. Dan ini semua beranggotakan orang-orang minang kaya se-Kota Padang.

Selain itu juga ada kelompok nasabah *chinese* Kota Padang yang dominan Bank utamanya adalah BCA, juga menjadikan bank Mandiri sebagai bank utamanya, dikarenakan Mandiri adalah bank pemerintah dengan kualitas pelayanan yang sangat bagus dan demi keamanan menyimpan dana dalam jangka panjang.

Ada juga kelompok nasabah pedagang saudagar minang, lebih memilih Bank Mandiri Prioritas sebagai tempat menyimpan dana yang lebih banyak dikarenakan relasi dan rekanan juga rata-rata menggunakan bank mandiri, sehingga lebih memudahkan untuk bertransaksi. Tergantung berdasarkan daerah masing-masing rekanan pedagang tersebut, jika daerah pelosok yang tidak ada bank mandiri tentunya nasabah menyesuaikan dan berkecenderungan memilih

BRI untuk memudahkan transaksi. Namun kebanyakan *supplier* atau *distributor* tempat dimana nasabah mengambil barang tersebut rata-rata lebih memilih BCA karena kecanggihannya teknologinya.

Berbeda lagi dengan kelompok nasabah *distributor* semen padang, dimana rata-rata mereka memilih dan bersedia menempatkan dana lebih tergantung dari kemudahan akses sistem jaringan dalam menebus semen atau dikenal dengan istilah *delivery order* (DO) semen tersebut ke PT Semen Padang. Ada juga yang berdasarkan kemudahan mendapatkan fasilitas kredit dalam jumlah besar dan jaminan deposito yang bisa diajukan ke PT Semen Padang untuk penebusan DO tersebut. Sedangkan untuk memudahkan penjualan dan pendistribusian ke agen-agen, kelompok nasabah ini lebih mengikuti dimana agen tersebut ber-bank. Dengan kata lain kelompok nasabah distributor semen ini bersifat abu-abu, dimana 3 bank pemerintah ini seperti BRI, BNI dan Mandiri tetap menjadi bank yang dipilih.

Kemudian kelompok nasabah eksportir rempah-rempah, coklat, kopi, karet, minyak sawit dan sebagainya, rata-rata memilih bank yang handal dalam menjalankan transaksi valas untuk memudahkan pengiriman keluar negeri, tentunya dengan harga kurs yang bersaing.

Beberapa contoh kelompok-kelompok nasabah di Bank Mandiri Prioritas tersebut diatas, menunjukkan selain keunggulan produk, kemampuan bank memberikan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak saling menguatkan dan bisa mendapatkan posisi terbaik di hati nasabah, tentunya akan bermuara pada kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.

Kelompok-kelompok nasabah tersebut menuntut adanya acara-acara khusus untuk mengukuhkan eksistensi keberadaan dan status sosial mereka. Seperti sering diadakan *gathering* atau *event* sesuai hobi, kebutuhan investasi, acara olah raga seperti turnamen golf dan acara hiburan seperti fashion show, masak hingga pertunjukan musik orkestra serta pameran lukisan dan sebagainya.

Oleh karena itu layanan yang diberikan tidak bisa disama-ratakan sebab bisnis ini merupakan bisnis kepercayaan yang berdasarkan *good relationship* antara Bank Mandiri dengan nasabah prioritas.

Dengan adanya isu-isu global dan kecenderungan tersebut secara otomatis berpengaruh besar dalam perkembangan jumlah dana pihak ketiga (DPK) nasabah prioritas Bank Mandiri Padang, yang mengalami naik turun baik dari jumlah total tabungan, deposito maupun giro perorangan antara rentang waktu tahun 2013 hingga 2016 sesuai gambar 1.2 di bawah ini :

**Tabel 1.2 Data Perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) Outlet Prioritas Padang dalam Kurun Waktu 2013 s/d 2016**

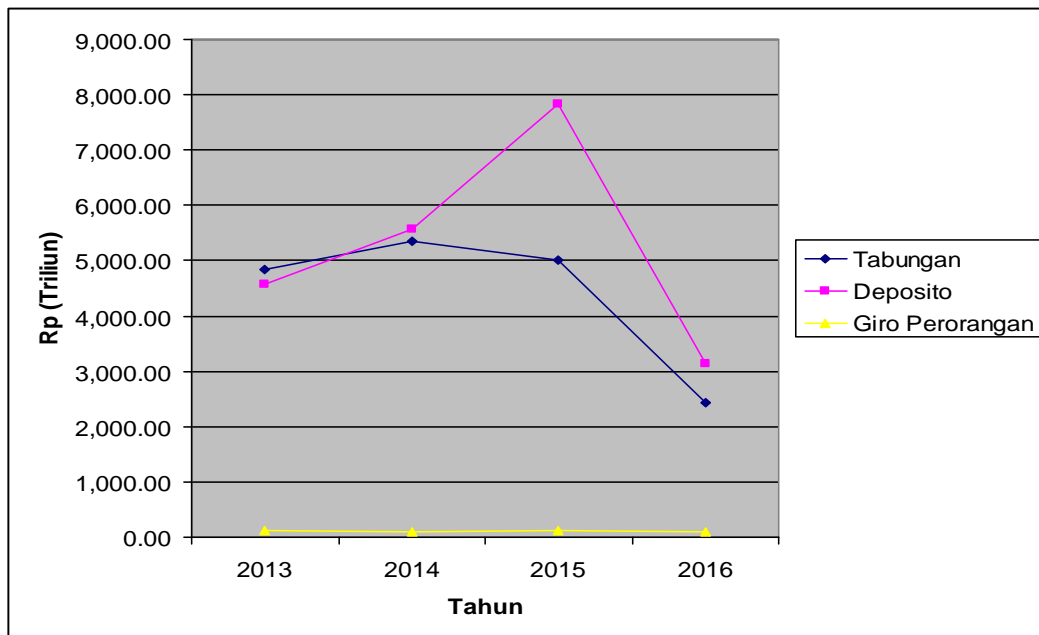
<b>Produk DPK (Dana Pihak Ketiga)</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Tabungan (Rp Triliun)	4,844.06	5,357.59	5,003.90	2,428.60
Deposito (Rp Triliun)	4,569.83	5,560.29	7,844.12	3,137.11
Giro Perorangan (Rp Milyar)	115.48	99.75	114.99	107.92
<b>Total DPK (Rp Triliun)</b>	<b>9,529.37</b>	<b>11,017.63</b>	<b>12,963.01</b>	<b>5,673.63</b>

Sumber. Data FMU Internal WMG Bank Mandiri Prioritas Padang

Dalam kurun waktu 2013 hingga 2015 baik dana tabungan, deposito dan giro perorangan nasabah prioritas Bank Mandiri Padang selalu naik cukup signifikan. Namun pada tahun 2016 terjadi penurunan cukup berpengaruh pada kinerja Mandiri Prioritas, baik dari kualitas pelayanan yang diberikan maupun



efek dari kecenderungan *social value* tersebut. Kualitas pelayanan dan nilai sosial yang terjadi akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan yang pada akhirnya bermuara pada loyalitas nasabah prioritas Bank Mandiri Padang.



Gambar 1.2 Grafik Perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK) Outlet Prioritas Padang dalam Kurun Waktu 2013 s/d 2016

Sumber : Hasil Olah Data FMU

Adanya kecenderungan tersebut, tentunya menjadi kajian dan pembelajaran yang menarik untuk diangkat dalam sebuah penelitian oleh penulis, yang diberi judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Mandiri Prioritas Padang**”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin membahas pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank

Mandiri Prioritas Padang yang dapat dirumuskan dalam beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Prioritas Padang.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
4. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepercayaan pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penulis dalam melakukan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisa diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Bank Mandiri Prioritas Padang terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Prioritas Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap kepercayaan pada Bank Mandiri Prioritas Padang.

5. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Prioritas Padang.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini maka akan sangat bermanfaat bagi :

- 1) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, khususnya Outlet Prioritas Padang dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah sehingga akan semakin banyak nasabah yang loyal untuk menanamkan dananya lebih banyak lagi di Bank Mandiri.
- 2) Referensi ilmiah untuk kalangan akademisi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Prioritas Padang.
- 3) Untuk praktisi

#### **1.5. Sistematika Penulisan dan Penelitian**

Seluruh rangkaian penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut :

##### **Bab I   Pendahuluan**

Penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan dan penelitian.

##### **Bab II   Landasan Teori dan Hipotesis**

Penjabaran teori-teori mengenai pengertian kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas, serta hipotesis yang digunakan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal Bank Mandiri Prioritas Padang.

### Bab III Metode Penelitian

Berisi mengenai lokasi penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, jumlah populasi dan sampel yang diambil, pengukuran variable, metode analisis data dan definisi operasional variable.

### Bab IV Hasil dan Pembahasan

Analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengembangkan strategi bersaing dalam memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah sehingga tercapai loyalitas pada Bank Mandiri Prioritas Padang.

### Bab V Kesimpulan dan Saran

Hasil analisis dirangkum dalam kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran penelitian selanjutnya yang menjawab rumusan permasalahan yang dihadapi Bank Mandiri Prioritas serta dalam rangka menghadapi persaingan dengan bank kompetitor.

