

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia sangat bergantung pada perbankan. Tujuan pembangunan ekonomi adalah untuk menciptakan kehidupan ekonomi kerakyatan dengan mekanisme ekonomi pasar yang berimbang yang didukung oleh prinsip persaingan yang sehat dan pertumbuhan ekonomi optimal, sambil mempertahankan nilai-nilai keadilan untuk memastikan bahwa semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk berusaha, hidup, dan bekerja dengan terjamin. Dalam hal ini, setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berbisnis. Bisnis memerlukan persaingan karena perkembangan dan kompleksitas bisnis yang terus meningkat. Tujuan mendasar dari bisnis bukan lagi keuntungan, tetapi untuk menciptakan dan meningkatkan nilai bagi nasabah. Menciptakan nilai berarti menciptakan nasabah yang bahagia, karyawan yang makmur, dan keuntungan besar. Bagaimanapun juga, pelanggan adalah tujuan utama perusahaan, apalagi sudah menjadi kewajiban perusahaan itu sendiri untuk menemukan pendekatan yang paling cocok untuk mengelola bisnisnya.

Bisnis perbankan juga mengalami persaingan suku bunga yang semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh jumlah bank dan lembaga perkreditan yang meningkat, yang berusaha menarik perhatian nasabah. Tentu saja, dengan banyaknya lembaga perbankan maka masyarakat memiliki berbagai cara untuk menggunakan layanan perbankan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, bank

harus meningkatkan nilai pelayanan kepada pelanggan demi terciptanya kepuasan nasabah yang optimal.

Kepuasan merupakan proses yang dilakukan oleh perusahaan penghasil produk atau jasa dari waktu ke waktu. Pada hakekatnya kepuasan ini menghasilkan laba atau pendapatan bagi perusahaan. Kepuasan dapat berubah karena harapan atau tingkat harapan meningkat, yang membutuhkan lebih banyak kualitas. Di sektor perbankan khususnya, meningkatnya persaingan, termasuk promosi informasi dan janji-janji yang diberikan kepada pelanggan, pada akhirnya menimbulkan meningkatnya harapan nasabah pada Perbankan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang diinginkan oleh pelanggan, sehingga bank memprioritaskan kualitas. Dua topik utama yang erat terkait tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan adalah harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (kualitas yang diharapkan) dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Pelayanan yang diterima pelanggan selalu dievaluasi dengan mempertimbangkan apa yang diharapkan atau diinginkan mereka (Parasuraman et al., 1993). Loyalitas pelanggan harus berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan. Sementara loyalitas mengacu pada tindakan pelanggan setelah berinteraksi dengan layanan perbankan, kepuasan pelanggan mengacu pada persepsi dan harapan pelanggan tentang layanan perbankan yang mereka terima dari bank. Konsepnya bahwa kepuasan pelanggan tidak cukup karena kepuasan atau ketidakpuasan yang hanya suatu emosi.

Dengan demikian, penelitian ini akan menyelidiki pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri, yang merupakan salah satu Bank BUMN. Pemerintah Indonesia melakukan restrukturisasi perbankan, dan

Bank Mandiri (Persero) Tbk didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998. Pada bulan

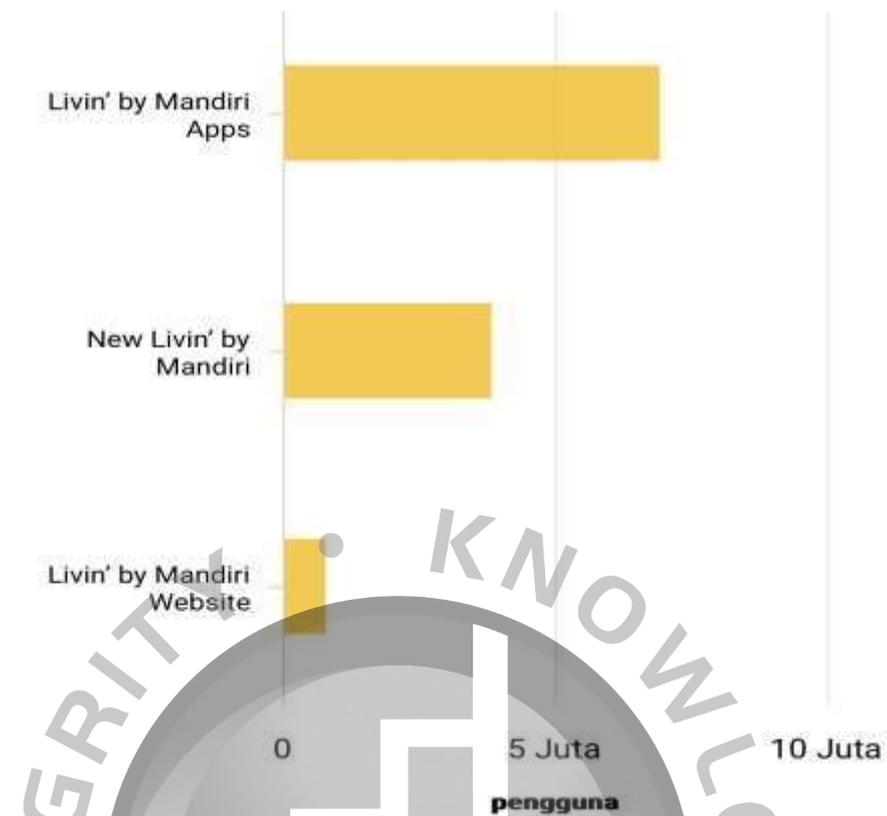
Juli 1999, empat bank milik pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia digabungkan untuk membentuk Bank Mandiri. Setiap bank ini memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Selama lebih dari 140 tahun, Bank Mandiri telah berkontribusi pada dunia perbankan dan ekonomi Indonesia (Mandiri, 1998).

Dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, Bank Mandiri juga turut mengambil kesempatan untuk inovatif dengan membuat produk digital yang tentunya Bank Mandiri berharap akan lebih memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi finansial mereka sehari-hari. Tidak dapat dipungkiri selama pandemi berlangsung tahun 2020 silam, telah merubah perilaku dan kebiasaan masyarakat yang semula tradisional dan tatap muka menjadi digital. Sehingga semua kalangan harus menerima dan mampu beradaptasi dengan adanya perubahan tersebut.

Dari hal inilah, semua Bank melihat adanya peluang untuk mengembangkan dan berlomba-lomba menjadi Bank yang terpercaya masyarakat. Karena itu munculah aplikasi mobile banking yang bertujuan mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi darimana saja dan kapan saja. Dengan upgrade aplikasi digital bernama Livin by Mandiri agar mendapatkan nasabah baru dan mendapatkan respon positif dari penggunaannya. Fitur yang disediakan di Livin juga cukup lengkap seperti, membuat tabungan secara online, hingga meningkatkan limit transaksi diatas limit transaksi melalui ATM. Sehingga masyarakat lebih efisien dan dapat menjalankan transaksi dengan lebih cepat dan mudah.

Livin by Mandiri dirancang untuk membantu pelanggan dan calon pelanggan membuat rekening cukup melalui ponsel mereka, yang memungkinkan mereka melakukan layanan dan transaksi dengan cepat kapan saja dan di mana saja.

Tentu saja, layanan perbankan seperti ini akan sangat bermanfaat bagi pelanggan.



Gambar 1.1 Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar di atas merupakan jumlah pengguna Livin by Mandiri pada September 2022. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sejak saat Livin by Mandiri launching yaitu oktober 2021 hingga September 2022 menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 1 tahun Bank Mandiri berhasil untuk memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menciptakan inovasi yaitu Livin by Mandiri.

Dari perkembangan ilmu dan teknologi perbankan ini, munculah *E-service Quality* yang mendefinisikan seberapa banyak situs web menyediakan layanan bisnis, penjualan, dan pengiriman yang efektif dan efisien (Labibah,2019).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Di masa yang akan datang, kepuasan dan loyalitas nasabah dapat menjadi tujuan utama perbankan sebagai strategi pemasaran. Beberapa penelitian juga menemukan korelasi antara kepuasan dan loyalitas

nasabah, baik dalam hubungan yang langsung atau dalam hubungan yang diperantarai oleh kepuasan nasabah.

Berawal dari pandemi Covid 19 yang membatasi interaksi sosial masyarakat, Bank mandiri berinovasi untuk menciptakan aplikasi *mobile* yang dapat diakses dan digunakan kapan saja. Dimulai dari mengupgrade logo Livin by mandiri yang semula kuning menjadi biru. Hingga mengupgrade fitur fitur yang ada dalam Livin by Mandiri menjadi lebih lengkap. Sehingga transaksi nasabah lebih efisien. Mulai dari pembuatan rekening *online*, penarikan uang tunai tanpa kartu ATM, hingga memunculkan fitur yang menghubungkan *e-wallet* dengan Livin by Mandiri. Dengan diluncurkannya fitur tersebut, pengguna Livin by Mandiri terus meningkat setiap harinya. Hanya saja karena Livin by Mandiri tergolong baru, maka Bank Mandiri masih harus berusaha untuk meningkatkan kepercayaan nasabah dan calon nasabah terhadap Livin. Serta masalah lainnya, seperti promosi yang dilakukan oleh Bank Mandiri masih kurang menarik, serta *error system* yang biasa terjadi dini hari yang membuat nasabah terganggu saat mereka perlu menggunakan Livin by Mandiri.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam studi ini peneliti akan mengamati dan membahas bagaimana proses kepuasan pelanggan dapat meningkat dan berubah menjadi loyalitas. Proses tersebut terbentuk ketika nasabah memiliki pengalaman atau kesan yang baik terhadap produk atau jasa yang diberikan. Ini didasarkan pada hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, yang dikenal sebagai loyalitas pelanggan terhadap bank.

Penelitian ini menggunakan variable eksogen dan endogen, dimana variable eksogen merupakan gagasan yang tidak dijelaskan oleh variable lain, layaknya variable independent pada regresi variable eksogen hanya digunakan untuk

memprediksi variable atau gagasan lainnya. Sedangkan variable endogen secara teoritis ditentukan oleh gagasan lainnya termasuk dalam model. Dapat dilihat juga hasil berdasarkan hipotesis yang tercantum (Hair, et al, 2017)

Ditengah merebaknya virus Covid-19 semua orang mulai beradaptasi dengan digitalisasi termasuk perbankan, didukung dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, dengan ini Bank Mandiri sebagai salah satu Bank BUMN terbaik di Indonesia menciptakan inovasi layanan perbankan digital berbasis mobile bernama Livin by Mandiri yang bertujuan untuk memudahkan transaksi finansial sehari-hari nasabah. Oleh karena dalam studi ini, peneliti akan meneliti bagaimana kepuasan nasabah terhadap Livin by Mandiri dan akankah kepuasan tersebut menciptakan munculnya loyalitas nasabah.

Penelitian ini juga akan di adopsi dari penelitian Egala, Boateng & Mensah 2021 dan Shelly Gupta 2020 dengan modifikasi yang akan disusun sebagai berikut: latar belakang penelitian dan landasan teori, model penelitian dengan pengembangan hipotesis, metodologi penelitian, presentasi analisis data dan hasil. Lalu akan dilengkapi dengan implikasi studi dan rekomendasi untuk arah penelitian masa depan diikuti dengan kesimpulan.

1.3 Masalah Penelitian

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk memungkinkan munculnya loyalitas nasabah di masa yang akan datang. Sebagai penyedia produk dan layanan hal yang dapat kita lakukan adalah memastikan bahwa semua pelanggan mendapat kepuasan setiap menggunakan jasa atau produk yang kita jual. Kepuasan juga dapat dipengaruhi beberapa aspek yang bisa juga disebut variable.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah *Ease of use* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri?
2. Apakah *Efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri?
3. Apakah *Interoperability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri?
4. Apakah *Privacy* pada Livin by Mandiri berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna Livin by Mandiri?
5. Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna Livin by Mandiri?
6. Apakah *Reliability* produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna Livin by Mandiri?
7. Apakah *Service Charges* pada transaksi berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna Livin by Mandiri?
8. Apakah *Service Portofolios* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna Livin by Mandiri?
9. Apakah *Trust* berpengaruh signifikan terhadap positif loyalitas nasabah pengguna Livin by Mandiri?
10. Apakah kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri akan merujuk ke *Customer Retention Intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis menetapkan tujuan dan maksud penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan Menganalisis pengaruh positif *Ease of use* Livin by Mandiri terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Mandiri.

2. Menguji dan Menganalisis apakah *Efficiency* penggunaan Livin berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Mandiri.
3. Menguji dan menganalisis *Interoperability* bagi nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Mandiri
4. Menguji dan menganalisis *Privacy* nasabah pada Livin by Mandiri berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah
5. Menguji dan menganalisis *Responsiveness* layanan Livin by Mandiri berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri
6. Menguji dan menganalisis *Reliability* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri.
7. Menguji dan menganalisis *Service Charges* pada Livin by Mandiri berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri
8. Menguji dan menganalisis apakah *Service portofolio* Livin by Mandiri berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri
9. Menguji dan menganalisis apakah *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri
10. Menguji dan menganalisis apakah kepuasan nasabah saat menggunakan Livin by Mandiri akan menciptakan *Customer Retention Intention*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini sangat membantu dalam meningkatkan pemahaman terhadap manfaat positif, keberhasilan mendapatkan kepercayaan dari hasil kepuasan pelanggan, hingga menarik agar pelanggan puas atas pelayanan pada keputusan transaksi di bank mandiri. Selain itu, sebagai salah satu syarat kelulusan dari STIE Indonesia Banking School.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi terhadap ilmu Manajemen Pemasaran khususnya pada pembahasan pengaruh pada keputusan nasabah melakukan transaksi serta memberikan pengetahuan baru pada penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi, telah dibuat sistem penulisan yang sistematis, dan sistem penulisan yang baik. Sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian dibahas dalam bab ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

Berisi teori tentang kerangka pemikiran, hipotesis, dan teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel, variabel dan operasional variabel, metode pengolahan dan analisis data, dan metode pengujian hipotesis dibahas.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini, pembaca akan menemukan gambaran umum tentang objek penelitian, analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan, serta implikasi untuk manajemen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Ini berisi hasil penelitian, keterbatasan, dan rekomendasi untuk peneliti berikutnya.