

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Berbagai upaya telah dilakukan oleh industri perbankan termasuk menentukan strategi yang tepat untuk dapat tetap bertahan hidup (*survive*) dalam ketatnya persaingan yang ada di bidang industri perbankan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam menjalankan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa adanya dukungan baik dari pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak eksternal perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan atas pelayanan dan kinerja yang diberikan oleh industri perbankan.

Masyarakat atau biasa disebut dengan nasabah, kini semakin selektif dalam memilih suatu bank untuk menitipkan dana yang dimilikinya guna menghindari risiko kerugian pada bank tersebut. Sikap masyarakat yang lebih selektif tersebut berakibat setiap bank harus berupaya keras untuk menarik nasabah dan calon nasabah menjadi pelanggan. Situasi tersebut pada gilirannya mau tidak mau memacu setiap bank untuk bersaing dengan bank lain guna mampu menarik minat para nasabah maupun calon nasabahnya untuk menggunakan jasa perbankan yang dikelolanya.

Persaingan antar bank semakin ketat sehingga setiap bank berusaha meningkatkan inovasi dan kreatif menjalankan bisnisnya secara terus menerus. Menurut suatu analisis di surat kabar nasional versi *online*, persaingan bank semakin ketat dan merambah ke berbagai sektor. Contoh, persaingan bunga bank pun diperankan oleh dunia perbankan agar mampu menarik minat para calon nasabah (<http://fokus.kontan.co.id>), baik itu yang dilakukan bank-bank swasta maupun oleh bank-bank milik pemerintah. Hal ini membuktikan bahwa bukan saja dalam memancing dana nasabah, namun bank-bank sekarang ini juga berlomba dalam hal menyalurkan dana yang dipegangnya agar mampu berputar secara baik.

Untuk menghadapi persaingan tersebut, bank juga harus terus mengonsolidasikan usahanya, baik secara intern maupun secara ekstern. Secara intern dan intensif, manajemen bank wajib meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan para nasabahnya. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting karena menurut Tjiptono (2005:121) kualitas pelayanan merupakan “suatu ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang tersedia agar mampu menyesuaikan diri dengan ekspektasi pelanggan”. Pendapat tersebut menguatkan inspirasi manajemen bank agar konsolidasi intern tersebut dapat berdampak pada kepuasan nasabah terhadap jasa bank tersebut.

Kepuasan nasabah harus dipelihara dan ditingkatkan oleh bank sebagai terobosan menjadi pemenang dalam persaingan antar bank. Nasabah yang puas merupakan harta yang sangat berharga bagi pengelola suatu bank. Menurut Tjiptono (2005:186), “kepuasan nasabah bisa menjadi tolok ukur dari kinerja bank

dalam menjalankan bisnisnya. Nasabah akan puas bilamana kinerja bank tersebut bisa memenuhi atau melampaui apa yang diharapkannya”. Dilanjutkan oleh Tjiptono (2005:190) bahwa “kepuasan bisa menjadi jembatan untuk menghantarkan nasabah menjadi loyal kepada suatu bank”. “Loyalitas menunjukkan konsistensi kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan jasa bank tersebut secara berkesinambungan” (Ali Hasan, 2008:214). Loyalitas nasabah ini yang sebenarnya paling diidam-idamkan oleh setiap bank. Nasabah yang loyal tidak akan berpindah ke bank lain, nasabah yang loyal selalu melakukan transaksi ulang dengan bank tersebut dan nasabah yang loyal akan merekomendasikan keunggulan dari kualitas pelayanan bank tersebut kepada orang lain.

Sejalan dengan pendapat di atas, bahwa bank harus mementingkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya, bank harus memelihara kepuasan para nasabahnya serta bank akan senantiasa memupuk loyalitas nasabahnya maka menurut seorang ekonom “Nasabah akan terus mencari bank-bank yang memiliki kualitas tinggi. Jika ada penurunan performa maka masyarakat akan melakukan *flight to quality* atau lari ke bank yang lebih berkualitas. Tidak peduli bank itu besar atau kecil yang penting berkualitas” (<http://finance.detik.com>).

Salah satu bank persero yang turut meramaikan persaingan antar bank di Indonesia yaitu PT Bank Mandiri (PERSERO) Tbk. Bank hasil merger beberapa bank pemerintah ini diresmikan pada tanggal 2 Oktober 1998 yang berkantor pusat di Jakarta, dan merupakan bank terbesar di Indonesia dalam hal aset, pinjaman, dan deposit. Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia tentunya telah memiliki pengalaman yang cukup banyak dalam

menghadapi persaingan yang semakin ketat. Sebagai bank yang telah cukup lama dikenal oleh masyarakat luas, maka Bank Mandiri telah memiliki standar pelayanan yang diimplementasikan secara seragam di seluruh jaringan kantornya.

Merujuk pada fenomena bisnis yang terjadi pada Bank Mandiri, *Infobank* bersama *Marketing Research Indonesia* (MRI) kembali menghadirkan “*Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) 2011-2012. Dimana Peringkat *pertama* dari survei ini masih diraih PT Bank Mandiri Tbk, dan menurut survei MRI pula selama lima tahun berturut-turut Bank Mandiri memenangkan penghargaan rutin yang dinamakan “*Best Bank Service Excellence*”. (<http://www.infobanknews.com>)

Kendati menjadi “*Best Bank Service Excellence*”, namun dalam hal jumlah nasabah terbanyak Bank Mandiri berada dalam urutan ketiga jauh dibawah Bank BRI. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1  
JUMLAH NASABAH 5 BANK BESAR (2011)

No	Nama Bank	Jumlah Nasabah
1	BRI	33.000.000
2	BNI	11.772.000
3	Mandiri	11.300.000
4	BCA	9.700.000
5	BTN	5.000.000

Sumber : (<http://http://www.infobanknews.com>)

Implementasi pelayanan Bank Mandiri yang terkait dengan lima dimensi kualitas pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut; adanya kantor cabang dan mesin ATM yang tersebar di berbagai tempat hingga sampai ke

beberapa daerah merupakan suatu bentuk bukti langsung dari Bank Mandiri. Sedangkan tersedianya layanan 24 jam oleh Bank Mandiri merupakan salah satu bentuk empati dari Bank Mandiri kepada nasabahnya, dimana Layanan 24 Jam merupakan saluran distribusi elektronik Bank Mandiri yang terdiri dari Mandiri ATM, Mandiri SMS, Mandiri internet dan Mandiri Call yang ditujukan kepada nasabahnya guna memberikan segala bentuk kemudahan untuk dapat tetap bertransaksi kapanpun dan dimanapun. (<http://www.bankmandiri.co.id>)

Pelayanan yang cepat dan tepat kepada para nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas adalah bentuk dari daya tanggap dari Bank Mandiri, hal itu tercermin dari adanya situs atau website yang dimiliki Bank Mandiri yang tidak lain digunakan untuk menyampaikan segala bentuk informasi yang terkait dengan semua jenis produk, relasi investor maupun informasi-informasi mengenai perkembangan kurs terkini yang sangat bermanfaat bagi nasabahnya. Sementara sikap simpatik dan akurasi yang tinggi yang dimiliki oleh karyawan Bank Mandiri beserta *product knowledge* dan kesopansantunan karyawan Bank Mandiri dalam melayani nasabahnya merupakan bentuk kehandalan dan jaminan dari Bank Mandiri.

Berdasarkan latar belakang fenomena-fenomena di atas, setiap bank berada dalam situasi persaingan yang ketat, sehingga manajemen diharuskan selalu inovatif dan kreatif mengelola kualitas pelayanannya agar mampu memuaskan konsumen yang pada akhirnya akan menimbulkan para nasabah yang loyal, serta ditambah dengan adanya fakta bahwa PT. Bank Mandiri Tbk merupakan pemimpin persaingan dalam dunia perbankan melalui *Bank Service*

*Excellence Monitor* (BSEM) 2011-2012, membuat peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Mandiri Surabaya**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya?
3. Apakah kepuasan nasabah mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya.
4. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada Bank Mandiri di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya?
2. Untuk menguji pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya?

3. Untuk menguji pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya.
4. Untuk menguji pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada Bank Mandiri di Surabaya?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sarana aktual atau nyata dalam rangka pengaplikasian teori-teori yang telah didapatkan selama proses perkuliahan dengan keadaan yang ada di lapangan.

##### 2. Bagi pembaca dan peneliti berikutnya

Diharapkan dapat menambah informasi terkait adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah melalui perantara kepuasan nasabah pada Bank Mandiri di Surabaya, serta diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan rujukan oleh peneliti selanjutnya yang terkait dengan topik penelitian ini.

##### 3. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan literatur untuk STIE Perbanas Surabaya khususnya untuk konsentrasi Manajemen Pemasaran mengenai *Service Quality, customer satisfaction, dan customer loyalty*.

#### 4. Bagi Bank Mandiri di Surabaya

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bank dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan dan loyalitas nasabah yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang.

### **1.5 Sistematika Penulisan Proposal**

Untuk mempermudah cara penulisan proposal ini, penulis membagi penggunaan bab-bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Dengan cara penulisan tersebut maka dapat memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap, terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang hasil penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian saat ini.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument

penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, teknis analisis data.

#### BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi variabel penelitian, analisis data dan pembahasan.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran