

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang ingin menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat kembali dalam bentuk pinjaman atau kredit. Dalam fungsi umumnya peranan bank adalah sebagai badan penghimpun dana, badan penyalur dana dan badan pelayanan jasa keuangan (Gunarto Suhadi, 2013 : 10). Salah satu dana yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan fungsi bank sebagai badan penghimpun dana adalah dana dalam bentuk tabungan, selain dana dalam bentuk giro dan deposito.

Dalam membuat sebuah keputusan untuk menggunakan produk atau jasa dari suatu bank nasabah akan mempertimbangkan beberapa hal, dalam hal ini faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu citra bank dan rasa percaya nasabah pada bank tersebut. Sallam menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen, serta kepercayaan mempunyai pengaruh positif yang lebih besar terhadap WOM (*Word of Mouth*) (Sallam, 2016 : 32). Zamil mengungkapkan bahwa dalam mengambil sebuah keputusan akhir, konsumen akan mempertimbangkan *word of mouth* (Zamil, 2011 : 28).

Bank dituntut untuk memberikan layanan yang optimal kepada nasabah dengan tujuan membangun citra perusahaan yang baik. Arya Nugraha Suryaatmaja

et al., (2016 : 2193) dalam penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan membantu konsumen dalam memahami produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Kesan citra yang baik dapat muncul dari pengetahuan dan pengalaman nasabah yang telah atau pernah menggunakan produk atau jasa suatu bank. Kesan yang baik akan memunculkan WOM (*Word of Mouth*) positif, sehingga *word of mouth* memiliki peran penting dalam memediasi citra bank pada keputusan nasabah.

Sebagai suatu lembaga keuangan yang bergantung pada kepercayaan masyarakat, rasa percaya nasabah terhadap bank akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil sebuah keputusan agar nasabah merasa aman dan nyaman selama bertransaksi di dunia perbankan. Dalam penelitiannya, Sallam (2016 : 29) menyatakan kepercayaan akan timbul sebelum atau sesudah melakukan transaksi, kepercayaan sebelum melakukan transaksi biasanya membentuk pengaruh rasa percaya setelah bertransaksi, dengan demikian sudah seharusnya bank konsisten dalam menjaga kepercayaan nasabah agar nasabah tidak ragu dalam mengambil sebuah keputusan. Dalam hal ini WOM (*Word of Mouth*) berperan dalam memediasi keputusan, ketika nasabah percaya pada sebuah bank dan mendengar *word of mouth* yang positif nasabah akan merasa yakin dalam mengambil sebuah keputusan.

Salah satu bank yang memiliki citra baik dan memiliki banyak nasabah yaitu Bank Mandiri. Bank Mandiri adalah salah satu bank yang menawarkan berbagai jenis produk salah satunya produk tabungan, meliputi Mandiri Tabungan rupiah dan valas, Mandiri Tabungan rencana rupiah dan valas, Mandiri Tabungan

bisnis rupiah dan valas, Mandiri Tabungan haji dan umroh, Mandiri Tabungan karyawan dan pelajar, Mandiri Tabungan TKI, dan Mandiri Tabunganku (www.bankmandiri.co.id, diakses 13 April 2016).

Tidak sedikit masyarakat yang kurang mengenal produk-produk tabungan di bank, dan yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah menurunnya simpanan tabungan pada Neraca Bank Mandiri. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi yang tersebar di masyarakat atau kurang adanya komunikasi *word of mouth* antar masyarakat atau nasabah mengenai produk Bank Mandiri khususnya jenis-jenis produk tabungan yang ada di Bank Mandiri, sehingga terjadi gap atau kesenjangan antara kebutuhan nasabah untuk menempatkan dananya dalam bentuk tabungan dan kebutuhan bank untuk menghimpun dana dari pihak ketiga. *Word of mouth* dapat menjadi mediasi citra bank dan kepercayaan nasabah agar nasabah bank mandiri tetap menggunakan produk tabungan serta mengenalkan produk tabungan pada masyarakat luas, karena *word of mouth* juga dapat dijadikan alat promosi. Ketika sebuah bank mempunyai citra yang baik di mata masyarakat, maka keputusan nasabah untuk menabung di bank tersebut akan semakin besar. Semakin baik rasa percaya masyarakat pada Bank Mandiri, maka nasabah akan semakin mengenal Bank Mandiri dan produk tabungan, sehingga dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung di Bank Mandiri.

Realitanya produk tabungan di bank-bank konvensional mengalami penurunan dalam periode tiga tahun terakhir ini, termasuk produk Tabungan Mandiri. Hal ini dapat menjadi permasalahan bisnis dalam dunia perbankan, karena

bank merupakan lembaga kepercayaan masyarakat. Citra bank-bank di Indonesia yang baik seharusnya dapat menggerakkan masyarakat untuk menempatkan dananya dalam bentuk tabungan di bank. Ranking kinerja bank konvensional yang ada di Indonesia dapat ditunjukkan dalam tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
TOP BRAND INDEX PRODUK TABUNGAN
BANK KONVENSIONAL INDONESIA
2013-2015

Merek	2013		2014		2015	
	TBI	Ranking	TBI	Ranking	TBI	Ranking
Tahapan BCA	30,4%	1	29,4%	1	29,1%	1
BRI BritAma	16,9%	2	19,9%	2	17,0%	2
Tabungan Mandiri	16,0%	3	17,5%	3	14,6%	3
BRI Simpedes	14,7%	4	11,1%	4	10,5%	4
BNI Taplus	8,9%	5	9,6%	5	10,4%	5

Sumber : *Top Brand Index (TBI) 2013-2015*

Persentase pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata produk tabungan bank konvensional berfluktuatif pada tiga tahun terakhir ini bahkan cenderung mengalami penurunan, adapun produk Tabungan Mandiri mengalami penurunan ditahun 2015 menjadi 14,6%, dimana dua tahun sebelumnya produk tabungan tersebut mengalami kenaikan dari 16,0% ditahun 2013 menjadi 17,5% di tahun 2014.

Bank Mandiri merupakan salah satu bank yang memiliki simpanan dari nasabah yang cukup besar. Hingga bulan Juni 2014 jumlah simpanan Bank Mandiri masih diatas jumlah simpanan Bank BRI yaitu sebesar Rp 205,01 triliun, tetapi pada bulan Juni 2015 simpaan tabungan Bank Mandiri sebesar Rp 214,07 triliun, tertinggal jauh di bawah Bank BRI yang mencapai Rp 221,41 triliun. Dilihat dari

perkembangannya, nilai perkembangan simpanan tabungan nasabah Bank Mandiri turun cukup tajam, pada periode 2012-2013 jumlah perkembangan simpanannya mencapai Rp 29,32 triliun namun simpanan tabungan Bank Mandiri turun menjadi Rp 19,01 triliun pada periode 2013-2014, dan turun sangat tajam di periode 2014-2015 yang hanya menunjukkan angka Rp 9,05 triliun.

Tabel 1.2
DATA PERBANDINGAN LAPORAN POSISI KEUANGAN
TABUNGAN BANK MANDIRI DAN BRI
(dalam jutaan)

KETERANGAN	BANK MANDIRI		BANK BRI	
	Simpanan Tabungan	Selisih	Simpanan Tabungan	Selisih
Juni 2012	156,675,853	-	155,721,240	-
Juni 2013	185,996,087	29,320,234	176,167,416	20,446,176
Juni 2014	205,015,797	19,019,710	201,689,889	25,522,473
Juni 2015	214,074,793	9,058,996	221,411,339	19,721,450

Sumber : Laporan Posisi Keuangan (Neraca) Bank Mandiri dan BRI

Bank Mandiri seharusnya mampu meningkatkan eksistensi produk tabungannya diantara produk-produk tabungan milik pesaing serta mampu menjangkau dan memenuhi kebutuhan nasabah saat ini. Laporan posisi keuangan (Neraca) Bank Mandiri juga menunjukkan penurunan nilai perkembangan tabungan dari tahun sebelumnya, oleh karena itu Bank Mandiri perlu melakukan cara-cara untuk meningkatkan nilai simpanan tabungan. Citra bank dan kepercayaan nasabah terhadap Bank Mandiri yang baik harusnya mampu mendorong nilai simpanan tabungan bank Mandiri dengan bertambahnya nasabah yang memutuskan untuk menabung, tentunya melalui mediasi WOM (*Word of Mouth*) positif sebelum mereka memutuskan untuk menabung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian kali ini akan membahas tentang “Pengaruh Citra Bank dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung dengan Variabel Mediasi *Word of Mouth* pada Nasabah Bank Mandiri di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan uraian diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra bank mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap WOM (*Word of Mouth*) pada keputusan menabung nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
2. Apakah kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap WOM (*Word of Mouth*) pada keputusan menabung nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
3. Apakah WOM (*Word of Mouth*) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif citra bank terhadap WOM (*Word of Mouth*) pada keputusan menabung nasabah Bank Mandiri di Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kepercayaan terhadap WOM (*Word of Mouth*) pada keputusan menabung nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif WOM (*Word of Mouth*) terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian diatas, diharapkan Bank Mandiri, penulis dan STIE Perbanas mendapatkan manfaat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Bank

- a. Sebagai bahan pertimbangan dan acuan bagi pihak Bank Mandiri untuk memberikan citra bank yang baik pada setiap nasabahnya.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dan acuan bagi pihak Bank Mandiri untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan.
- c. Sebagai bahan pertimbangan untuk menciptakan WOM (*Word of Mouth*) positif di masyarakat.

2. Bagi Peneliti

Sebagai bahan penelitian untuk mengetahui pengaruh citra bank dan kepercayaan terhadap keputusan untuk menabung melalui mediasi WOM (*Word of Mouth*) pada nasabah tabungan Bank Mandiri di Surabaya.

3. Bagi STIE Perbanas

Sebagai tambahan koleksi literatur atau referensi penelitian tentang Pengaruh Citra Bank dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung dengan Variabel Mediasi *Word of Mouth* pada Nasabah Bank Mandiri di Surabaya.

1.5 **Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah penulisan, sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi dalam bab-bab, dimana setiap bab dibagi menjadi sub-sub bab

berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dan teratur. Dengan cara penulisan tersebut, maka memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap, terperinci dan menyeluruh. Adapun sistematika skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini diuraikan secara umum materi-materi apa saja yang akan dibahas, materi-materi yang dimaksud yaitu: latar belakang masalah, perumusan masalah yang nantinya dijelaskan pada tujuan penelitian, manfaat penelitian bagi pihak yang bersangkutan, serta bagaimana sistematika penulisan skripsi ini nantinya.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian-penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan sebelumnya akan dijelaskan pada bab ini, dan didukung dengan landasan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yang akan dilakukan, kerangka pemikiran penulis dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan, dimana metode penelitian ini terdiri dari rancangan penelitian, batasan dari penelitian, mengidentifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, kemudian menjelaskan tentang populasi dan pemilihan sampel, serta teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, dan terakhir teknik analisis data yang menjelaskan secara rinci tentang tahapan-tahapan dalam menganalisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian beserta analisis deskriptifnya, serta membahas data yang telah diolah dengan menggunakan alat uji statistik untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak dan dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab penutup dari penulisan skripsi yang menyimpulkan hasil dari analisis yang telah dilakukan. Disamping itu disertakan pula keterbatasan Peneliti dalam melakukan penelitian, serta saran yang diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi pihak yang terkait serta Peneliti selanjutnya.

