BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era saat ini kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan semakin meningkat. Hal itu dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang memilih menyimpan uangnya di bank daripada di tempat lain. Dengan semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia, persaingan antara satu bank dengan bank lain akan semakin ketat. Persaingan yang ketat ini ditandai oleh banyaknya lembaga-lembaga perbankan yang menawarkan produk sejenis dengan benefit yang berbeda-beda pada setiap produknya. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan dapat memperoleh nasabah baru. Untuk meningkatkan pangsa pasar dan agar mendapatkan nasabah, perusahaan perbankan harus dapat bertahan dalam persaingan serta dapat memenangkan persaingan tersebut, sehingga apa yang menjadi tujuan dari perusahaan dapat tercapai.

Salah satu tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambahnya secara signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas yaitu dengan adanya nasabah yang produktif yang mampu menaikan pendapatan bagi bank, hal ini memberikan arti bahwa pelanggan memiliki komitmen untuk terus setia bersama dengan perusahaan tersebut. Untuk dapat mencapainya maka berbagai strategi perlu dilakukan oleh bank. Salah satunya adalah penerapan Program Loyalitas.

Program Loyalitas memiliki hubungan secara langsung terhadap loyalitas dari pelanggan, dalam hal ini program loyalitas memberikan pengaruh positif terhadap terjadinya loyalitas pelanggan. Leenheer *et al.*,(2007 : 31) menyatakan bahwa program loyalitas sebagai strategi pemasaran yang menawarkan program loyalitas yang intensif serta pemberian Hadiah kepada anggotanya yang bertujuan menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dengan adanya program loyalitas ini dimaksudkan untuk menjaga kesetiaan pelanggan sehingga pelanggan dapat terus loyal dan tidak beralih dan berpindah ke perusahaan lain. Banyaknya inovasi program yang dapat disediakan oleh perusahaan menjadikan keunikan tersendiri untuk memikat para pelanggannya.

Pemberian Hadiah *(reward)* kepada para pelanggan adalah program loyalitas yang sering di terapkan oleh beberapa perusahaan. Dengan adanya pemberian pengahargaan berupa hadiah membuat *antusiasme* dari pelanggan meningkat, karenanya dirasa lebih memberikan keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain. Dengan adanya berbagai peluang mendapatkan hadiah tentunya keamanan *(security)* dari sistem dan pelayanan juga harus selalu terjaga, hal tersebut dapat memberikan rasa nyaman dan tenang bagi pelanggan ketika menggunakan layanan tersebut. Disisi lain, kemudahan penggunaan *(ease of use)* dalam bertransaksi juga dapat meningkatkan rasa nyaman, oleh karenaya setiap pelayanan harus memperhatikan bagaimana kualitas informasi yang digunakan *(information usefulness)* yang ingin di sampaikan kepada pelanggan benar-benar tepat dan sesuai dengan apa yang dinginkan oleh perusahaan. Dengan mudahnya akses dan penggunaan layanan tersebut dapat meningkatkan keinginan pelanggan

untuk terus menggunakan layanan dari perusahaan. Karenanya perlu adanya kesinambungan diantara berbagai hal yang searah dengan kemajuan perusahaan. Perubahan zaman yang semakin pesat menjadikan masyarakat Indonesia semakin mengenal dengan dunia perbankan. Kini pemikiran masyarakat Indonesia tentang dunia perbankan mulai terbuka yang ditunjukkan dengan masyarakat mulai menyimpan uang di bank. Hal tersebut dibuktikan dengan data statistik Bank Indonesia (BI) pada triwulan ketiga tahun 2013 yaitu terjadinya peningkatan penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) bank umum sebesar 15,61 persen (Majalah info bank edisi Januari (2014:24)).

Kemajuan teknologi yang pesat selama dekade terakhir memberikan perubahan bagi segala pola hidup dan perilaku masyarakat. Masyarakat saat ini selalu menginginkan kecepatan dan ketepatan serta efisiensi, termasuk tuntutan terhadap sistem pembayaran secara langsung. Teknologi yang semakin diperbaharui juga memberikan dampak terhadap perkembangan industri jasa perbankan. Pola pembayaran yang selama ini bersifat *paper based payment* lambat laun berkembang menjadi *electronic payment system* (*e-payment*).

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) diyakini sebagai faktor penting bagi kemajuan sebuah bangsa di era global saat ini, oleh karenanya mengharuskan transformasi sosial/budaya di dalam kehidupan masyarakat. Digitalisasi menjadi tidak terelakkan pada semua bidang, termasuk juga dalam ruang lingkup perbankan. Sistem pembayaran yang berkembang di Indonesia sekiranya selalu mengikuti perkembangan teknologi, tujuannya adalah mencapai efisiensi. Efisiensi yang dimaksud adalah kecepatan dan ketepatannya. Hal ini

semakin dibutuhkan oleh masyarakat jika melihat perkembangan dimensi sosial ekonomi dalam masyarakat Indonesia beberapa tahun terakhir. Dengan sistem yang semakin canggih serta efisien maka segala jenis transaksi dalam dunia usaha akan menjadi semakin mudah dan cepat. Sistem pembayaran elektronik menjadi bagian penting dalam sistem pembayaran nasional dengan memanfaatkan segala fasilitas teknologi penerapannya semakin dikembangkan dan dibutuhkan. Perkembangan tersebut kemudian memungkinkan keberadaan instrumen-instrumen pembayaran yang aman, efisien dan inovatif serta mudah digunakan oleh masyarakat. Sistem elektronik pada dasarnya dimotori oleh industri jasa perbankan, namun perusahaan-perusahaan non bank yang bergerak dibidang telekomunikasi juga ikut tumbuh dan signifikan pengaruhnya terhadap perkembangan sistem tersebut khususnya dalam hal transfer elektronik, sistem kliring melalui BI-RTGS (Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement*).

Sistem pembayaran elektronik (*electronic payment system*) kini telah menjadi pilihan penting dan mudah bagi transaksi yang terjadi di Indonesia, penggunaannya semakin meluas dan berdampak pada perekonomian nasional. Pembayaran Non-Tunai di berbagai negara juga semakin mengarah menuju modernisasi dan hal tersebut semakin mempengaruhi gaya hidup dan pola transaksi para pelaku ekonomi. Transaksi-transaksi yang kecil maupun dalam volume lebih besar telah dapat diakomodir oleh sistem elektronik. Transaksi menggunakan sistem elektronik sesungguhnya lebih menguntungkan, transaksi dapat menggunakan kartu seperti transaksi ATM (*Automated Teller Machine*), kartu kredit dan kartu debit. Selain itu alat elektronik juga dapat memanfaatkan

jaringan internet sebagai perantara transaksi seperti *sms banking* dan internet banking. Perusahaan-perusahaan besar di negara-negara maju saat ini juga mengembangkan transaksi elektronik dalam sistem pembayaran melalui internet. Hal ini juga menjadi perkembangan dalam dunia usaha dan perdagangan bukan hanya di satu negara tetapi juga antar negara di seluruh dunia.

Bank Mandiri adalah salah satu dari beberapa usaha perbankan terbesar yang ada di Indonesia, dengan sederet perolehan *reward*, baik dari dalam maupun luar negeri, didukung dengan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Tidak dapat disangkal lagi, jika banyak orang yang berpendapat bahwa Bank Mandiri adalah Bank terbaik di Indonesia. Bank Mandiri berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai hasil dari "Restrukturasi Perbankan" yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia pada bulan Juli 1999. Empat bank milik pemerintah yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia bergabung menjadi satu dengan nama baru Bank Mandiri. Setelah melakukan *merger*, Bank Mandiri kemudian melaksanakan konsolidasi internal diantaranya dengan mengurangi jumlah kantor cabang dan merampingkan jumlah karyawannya. Nasabah Bank Mandiri yang terdiri dari berbagai segmen merupakan penggerak utama perekonomian Indonesia. Berdasarkan sektor usaha, nasabah tabungan Bank mandiri bergerak di bidang usaha yang sangat beragam. Sebagai bagian dari upaya penerapan *prudential banking and best practcies risk management*, Bank Mandiri telah melakukan perubahan. (www.bankmandiri.co.id/).

Sesudah menyelesaikan program tranformasi semenjak 2005 sampai tahun 2009, Bank Mandiri sedang bersiap melaksanakan tranformasi tahap berikutnya dengan merevitalisasi visi dan misi untuk menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif. Dalam rangka menjadikan para nasabahnya menjadi loyal maka Bank Mandiri kembali menggelar program undian mandiri fiestapoin, yang di nilai selain bisa mendongkrak perolehan dana tabungan pun bisa meningkatkan loyalitas para nasabahnya, karena dengan adanya program loyalitas fiestapoin, nasabah akan diberi kesempatan untuk mendapatkan hadiah yang menarik sesuai dengan jumlah poin yang ditukarkan. Mandiri fiestapoin adalah poin yang diperhitungakan dalam Program Mandiri Fiesta yang diperoleh dari *Average balance (*saldo rata-rata tabungan) dan transaksi yang ditentukan Bank melalui *e-channel* maupun cabang agar Nasabah memiliki kesempatan memperoleh hadiah langsung. Produk Tabungan Mandiri yang diikutkan adalah tabungan atas nama perorangan dalam valuta rupiah yang meliputi : a) Mandiri Tabungan, b) Mandiri Tabungan Karyawan, Pelajar dan lainya (KAPEL), c) Mandiri Tabungan TI, d) Mandiri Tabungan Bisnis, e) Mandiri Tabungan Rencana, f) Mandiri Tabungan Investor (www.mandirifiestapoint.co.id). Dengan diadakanya program loyalitas seperti ini terbukti mampu untuk meningatkan loyalitas para nasabahnya. Selain menjadi bank terbaik di Indonesia, Bank Mandiri menjadi 10 *Best Bank Service Exellence* pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Hal tersebeut dibuktian dengan tabel presentase yang di muat pada Majalah Infobank.

Tabel 1.1
PRESENTASE 10 *BEST SERVICE EXELLENCE* 2014-2016 (%)

NO	NAMA BANK	**2014**	**2015**	**2016**
1	**BANK MANDIRI**	**89,56**	**88,80**	**83,04**
2	BANK PERMATA	85,76	83,81	78,88
3	BANK DANAMON	82,56	83,87	78,30
4	BANK BNI	85,87	87,46	79,00
5	BANK BUKOPIN	77,46	79,70	74,55
6	BANK BCA	70,99	75,37	61,07
7	BANK COMMONWEALTH	77,40	84,68	68,27
8	BANK BTN	73,99	80,93	71,53
9	BANK BRI	83,62	79,44	70,52
10	BANL BJB	-	69,49	61,79

Suber data : Majalah Infobank edisi Mei 2014, 2015 dan 2016

Pada Tabel 1.1. Menunjukan data 10 besar Bank di Indonesia yang memiliki tingkat kualitas pealayanan tinggi diantara bank- bank lainya. Berdasarkan data diatas, dapat menunjukan bahwa, Bank Mandiri pada tahun 2014 menduduki peringkat pertama untuk kualitas layanan. Pada tahun 2015 Bank Mandiri masih menjadi bank dengan ranking tertinggi terkait kualitas layanan namun mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dengan nilai sebesar 88.80 persen. Pada tahun 2016 penilaian atas kualitas layanan Bank Mandiri mengalami penurunan kembali yaitu ada pada nilai 83,04 persen.

Dengan adanya keadaan ini dan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk semakin loyal terhadap Bank Mandiri seperti halnya kualitas layanan dan penerapan program loyalitas yang baik kepada nasabahnya. Maka, dalam kesempatan ini penulis bermaksud melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik *(e-service quality)* dan program loyalitas *(loyalty program)* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri yang di mediasi oleh manfaat yang dirasakan nasabah *(customer*

perceived value) dan di moderasi oleh Gender pada Bank Mandiri di Surabaya. Penelitian ini penting dilakukan karena masih sedikit dilaksanakan penelitian yang membahas mengenai kualitas layanan elektronik dan program loyalitas.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kemudahan dalam kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
2. Apakah keamanan dalam kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
3. Apakah kehandalan dalam layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
4. Apakah pemberian hadiah dalam program loyallitas Bank Mandiri di Surabaya berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah?
5. Apakah kualitas informasi dalam program loyalitas Bank Mandiri di Surabaya berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah ?
6. Apakah gender memoderasi manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
7. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki beberapa tujuan yang ingin di capai. Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi bebera hal diantaranya adalah :

1. Menguji apakah kemudahan dalam kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
2. Menguji Apakah keamanan dalam kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
3. Menguji Apakah kehandalan dalam layanan elektronik berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
4. Menguji Apakah pemberian hadiah dalam program loyallitas Bank Mandiri di Surabaya berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah?
5. Menguji Apakah kualitas informasi dalam program loyalitas Bank Mandiri di Surabaya berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan nasabah ?
6. Menguji Apakah gender memoderasi manfaat yang dirasakan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri di Surabaya?
7. Menguji Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri di Surabaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini dapat di rasakan oleh beberapa pihak, yaitu bagi peneliti, bagi Bank Mandiri dan bagi pembaca serta peneliti selanjutnya. Berikut manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini :

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini, peneliti diharapkan mampu mengasah kemampuannya dalam hal analisis dan mendapatkan pengetahuan yang lebih luas serta dapat melaksanakan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank Mandiri melalui Program Loyalitas dan Kualitas Layanan Elektronik.

2. Bagi Bank Mandiri

Dengan adanya penelitian ini diharapakan dapat bermanfaat untuk Bank Mandiri untuk menciptakan strategi dan inovasi terbaru terhadap Program Loyalitas dan meningatkan Kualitas Pelayanan Elektronik, sehingga Bank Mandiri dapat memberikan pelayanan yang prima untuk para nasabah sehingga dapat memberikan manfaat lebih dan efisien dalam meningkatkan loyalitas nasabah Bank Mandiri.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan ilmu pengetahuan bagi pembacanya ataupun sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, sehingga bisa mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat *loyalitas* terhadap Bank Mandiri melalui Kualitas Layanan Elektronik dan Program Loyalitas.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Peneliti menggunakan sistematika penulisan yang dibagi atas beberapa bab dan terdiri dari sub-sub bab yang dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan sesuai dengan aturan penulisan didalam buku panduan Skripsi dari STIE Perbanas Surabaya.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, populasi sampel, teknik mengenai pengambilan sempel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitasdan dan reliabiltas, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran subyek penelitian serta analisis data

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran