

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Bank Mandiri

Bank Mandiri berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi 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 Bank Mandiri. Keempat bank tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan perbankan di Indonesia karena sejarahnya berawal pada lebih dari 140 tahun yang lalu.

Gambar 1.1

Logo Bank Mandiri



Sumber: bankmandiri.co.id (diakses pada 26 Februari 2014)

Kini Bank Mandiri menjadi suatu penerus suatu tradisi layanan jasa perbankan dan keuangan yang telah berpengalaman selama lebih dari 140 tahun masing-masing dari empat Bank bergabung telah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi.

1.1.1. Visi Bank Mandiri

Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif

1.1.2. Misi Bank Mandiri

1. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
2. Mengembangkan sumber daya manusia profesional
3. Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
4. Melaksanakan manajemen terbuka
5. Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

1.1.3. Struktur Organisasi Bank Mandiri

Struktur Organisasi Bank Mandiri wilayah kota Bandung terdiri dari *Regional Manager* atau CEO Level 1 yang di bawahnya terdapat *Deputy Regional Manager 1* dan *Deputy Regional Manager 2* yang membawahi bidangnya masing-masing. Gambar lengkap struktur organisasi Bank Mandiri wilayah kota Bandung terdapat dalam lampiran.

1.1.4. Produk Bank Mandiri

Tabel 1.1

Produk Bank Mandiri

No.	Produk	Jenis
1.	Simpanan	<ol style="list-style-type: none">1. Mandiri Tabungan Rupiah<ol style="list-style-type: none">a. Mandiri Tabungan Rencana Rupiahb. Mandiri Tabungan Bisnis Rupiahc. Mandiri Tabungan TKI Rupiah2. Mandiri Tabungan Asing3. Mandiri Giro Rupiah4. Mandiri Giro Asing5. Mandiri Deposito Rupiah6. Mandiri Deposito Asing
2.	E-Banking	<ol style="list-style-type: none">1. Mandiri ATM2. Mandiri Debit3. Mandiri Prabayar (E-Money)4. Mandiri SMS5. Mandiri Call6. Mandiri Internet Banking

		<ul style="list-style-type: none"> 7. Mandiri Mobile <ul style="list-style-type: none"> a. Mandiri Mobile iPhone b. Mandiri Mobile Android c. Mandiri Mobile BlackBerry
3.	Kartu Kredit	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mandiri MasterCard <ul style="list-style-type: none"> a. Feng Shui Card Platinum b. Skyz Card Titanium c. Everyday Card 2. Mandiri Visa <ul style="list-style-type: none"> a. Visa Platinum Golf Card b. Visa Platinum Card c. Golf Card d. Gold Card e. Silver Card f. Kartu Hypermart Gold g. Kartu Hypermart Regular h. Platinum Corporate Card i. Corporate Card

Sumber: bankmandiri.co.id (diakses pada 26 Februari 2014)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang dipersepsikan dibandingkan dengan harapannya. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya (Tjiptono, 2012: 312).

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat ini direspon oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan kemudahan akses informasi dengan kliennya dengan cara mengaplikasikan teknologi informasi yang modern seperti internet.

Survey APJII tahun 2012 pada gambar 1.2, menunjukkan bahwa dari keseluruhan penggunaan internet, 65,7% menggunakan internet lewat *smartphone*. Meningkatnya akses internet lewat *smartphone* ini didorong oleh semakin banyaknya perangkat dengan harga yang kian terjangkau di pasaran (APJII, 2012: 36).

Gambar 1.2

Perangkat Untuk Mengakses Internet di Indonesia tahun 2012



Sumber: APJII (2012: 36)

Salah satu pihak yang sangat mengikuti perkembangan teknologi informasi internet adalah dunia perbankan. Upaya yang dilakukan pihak perbankan salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan secara *online*. Layanan tersebut ditawarkan kepada nasabah karena informasi dewasa ini menjadi sangat penting bagi nasabah dan juga bank itu sendiri sehingga teknologi informasi yang digunakan perbankan bertujuan untuk mempermudah baik nasabah, ataupun pihak bank dalam melakukan pekerjaannya (Sulistiyarini, 2013: 1).

Saat ini seluruh bank di seluruh dunia termasuk Indonesia sudah menggunakan fasilitas *Electronic Banking* (E-Banking). E-Banking bertujuan untuk memberikan kemudahan akses dan pelayanan bagi nasabah, baik pihak bank maupun nasabah saling memperoleh keuntungan, karena pihak bank dapat menawarkan jasanya dengan biaya yang lebih rendah dan nasabah dapat mengakses pelayanan bank setiap saat dan dari lokasi manapun (Redhead *et.al.*, 1998: 1). Salah satu produk E-Banking dalam bank adalah fasilitas *mobile banking*. *Mobile banking* adalah aplikasi perbankan yang perlu diunduh dalam perangkat *mobile* seperti *smartphone* (Android, Blackberry dan iPhone) yang memiliki fungsi yang mirip seperti internet banking khususnya untuk memudahkan

nasabah melakukan transaksi perbankan (sumber: banking-solution.com/mobile-banking [diakses pada 1 Maret 2014]).

Berdasarkan tabel 1.2 tentang jumlah pengguna fasilitas perbankan di Indonesia tahun 2013, Lembaga Riset Telematika Sharing Vision mencatat penggunaan fasilitas perbankan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, salah satunya adalah *mobile banking*. Berdasarkan data terakhir, jumlah dari pengguna kartu kredit masing-masing 14,67 juta pengguna, *internet banking* 5,7 juta dan *mobile banking* 6,5 juta. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa jumlah pengguna *mobile banking* adalah yang terbanyak di Indonesia (sumber: tempo.co [diakses pada 16 Maret 2014]).

Tabel 1.2

Jumlah Pengguna Fasilitas Perbankan di Indonesia tahun 2013

Fasilitas Perbankan	Jumlah
Kartu Kredit	14.670.000
Internet Banking	5.700.000
Mobile Banking	16.500.000

Sumber: www.tempo.co/read/news/2013/09/30/087517668/Setengah-Penduduk-Indonesia-Belum-Punya-Rekening (diakses pada 16 Maret 2014)

Dengan *mobile banking* nasabah tidak perlu lagi ke ATM ataupun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo, ataupun pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai). Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara *online* terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh *mobile banking* tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberi layanan yang sejenis (Sulistiyarini, 2013: 2).

Gambar 1.3

Studi Pasar dan Perilaku Nasabah Mobile Banking tahun 2008



Sumber: economy.okezone.com/read/2012/09/19/279/692066/mobile-banking-untuk-mereka-yang-mobile (diakses pada 22 Maret 2014)

Berdasarkan gambar 1.3 tentang hasil riset Studi Pasar & Perilaku Nasabah Mobile Banking 2008 oleh MARS Indonesia, terdapat tiga alasan utama nasabah perbankan membutuhkan layanan *mobile banking*, yaitu sebesar 46,5 persen menjawab praktis karena tidak perlu datang ke bank atau ATM, kemudian 32,7 persen menjawab transaksi menjadi lebih cepat, dan 17,8 persen menjawab mempermudah untuk cek saldo melalui *smartphone*. Dari sisi efisiensi, transaksi di *mobile banking* juga lebih murah dan semakin mendorong nasabah untuk bertransaksi. Dari sisi bank juga, bisa lebih banyak melakukan penghematan. Sebut saja biaya investasi untuk satu cabang, untuk satu ATM, atau EDC (Electronic Data Capture), semua di fasilitasi oleh bank. Apabila dibandingkan dengan *mobile banking*, justru nasabah yang menyediakan biaya *handset* dan pulsa (sumber: economy.okezone.com [diakses pada 22 Maret 2014]).

Kemudahan akses informasi dan efisiensi pada *smartphone* mendasari Bank Mandiri untuk menciptakan produk E-Banking dalam fasilitas *mobile banking* yaitu Mandiri Mobile. Mandiri Mobile adalah layanan mobile banking yang terdapat pada *smartphone* seperti Blackberry, Android, dan iPhone dengan tampilan menu yang menarik dan mudah digunakan. Mandiri Mobile merupakan suatu produk jasa dari Bank Mandiri yang menggunakan handset telepon selular atau komputer tablet dengan teknologi GSM/CDMA untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Biaya untuk penggunaan layanan Mandiri Mobile adalah biaya data (GSM/CDMA) tergantung layanan data yang digunakan nasabah serta biaya transaksi sesuai biaya jasa dari masing-masing mitra. Bagi pengguna iPhone akan ada biaya lainnya berupa biaya SMS untuk pengiriman SMS OTP sebesar 500 rupiah per SMS. (sumber: mandirimobile.com [diakses pada 28 Februari 2014]).

Dalam penggunaan operator selular, Mandiri Mobile dapat digunakan oleh sebagian besar jaringan operator selular yang terdapat di Indonesia. Operator selular GSM yang mendukung diantaranya Telkomsel, Indosat dan XL serta operator selular CDMA diantaranya Flexi, Smartfren, dan Esia. Pada jaringan operator selular seperti 3 (Tri) dan Axis, layanan Mandiri Mobile belum dapat digunakan (sumber: bankmandiri.co.id/article/faq-sb.aspx [diakses pada 5 Juli 2014]).

Gambar 1.4

Tampilan Mandiri Mobile pada Android, iPhone, dan Blackberry



Sumber: mandirimobile.com (diakses pada 28 Februari 2014)

Tabel 1.3

Jumlah Nasabah 10 Bank Besar Tahun 2011

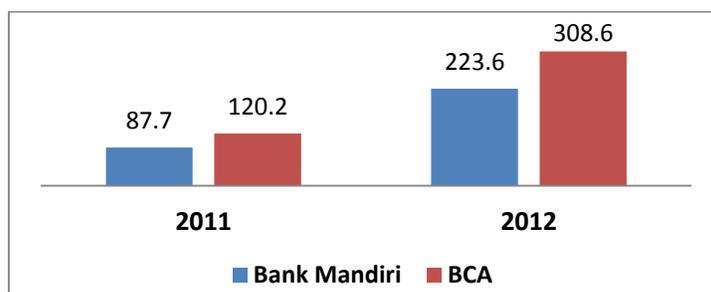
No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah
1.	BRI	33.000.000
2	BNI	11.772.000
3	Bank Mandiri	11.300.000
4	BCA	9.700.000
5	BTN	5.000.000
6	Danamon	4.700.000
7	BII	2.800.000
8	CIMB Niaga	2.600.000
9	PermataBank	2.000.000
10	PaninBank	n/a

Sumber: infobanknews.com/2011/11/36445/ (diakses pada 24 Maret 2014)

Saat ini hampir semua bank besar sudah menawarkan layanan *mobile banking*. Dari beberapa bank di Indonesia yang sudah memiliki fasilitas *mobile banking*, Bank Mandiri dan BCA merupakan dua bank yang giat melakukan pengembangan teknologi berbasis *mobile banking*. Bank Mandiri dan BCA dikenal sebagai bank *transactional* yang dari sisi transaksi perbankan bisa dikatakan kedua bank ini mengalami transaksi elektronik (E-Banking) setiap bulannya mencapai 80-90 persen dari jumlah transaksi nasabah (sumber: economy.okezone.com [diakses pada 24 Maret 2014]).

Gambar 1.5

Jumlah Transaksi Mobile Banking pada Bank Mandiri dan BCA tahun 2011-2012

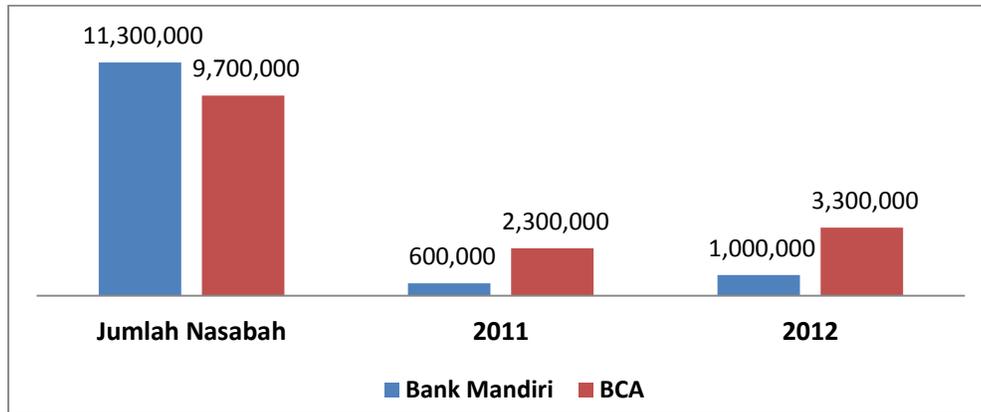


Sumber: Annual Report Bank Mandiri dan BCA tahun 2011 dan 2012

Pada gambar 1.5, dapat dilihat bahwa jumlah transaksi *mobile banking* Bank Mandiri (Mandiri Mobile) meningkat 37,1% dari 87,7 juta transaksi menjadi 120,2 juta transaksi. Sedangkan jumlah transaksi pada *mobile banking* BCA meningkat 38% dari 223,6 juta transaksi menjadi 308,6 juta transaksi.

Gambar 1.6

Jumlah Nasabah serta Pengguna Mobile Banking pada Bank Mandiri dan BCA tahun 2011-2012



Sumber: nasional.kompas.com, infobanknews.com, marketing.co.id (diakses pada 24 Maret 2014 - 1 April 2014)

Pada gambar 1.6, terlihat peningkatan jumlah pengguna *mobile banking* Bank Mandiri (Mandiri Mobile) tahun 2012 dari 600 ribu pengguna menjadi 1 juta pengguna. Sedangkan pengguna *mobile banking* BCA pada tahun 2012 meningkat dari 2,3 juta pengguna menjadi 3,3 juta pengguna. Dapat disimpulkan bahwa BCA memiliki pengguna *mobile banking* lebih banyak dibandingkan dengan Bank Mandiri. Tetapi jumlah nasabah yang dimiliki Bank Mandiri ternyata lebih banyak dibanding BCA. Bank Mandiri memiliki 11,3 juta nasabah sedangkan BCA memiliki 9,7 juta nasabah (sumber: infobanknews.com [diakses pada 24 Maret 2014]).

Dari hasil yang diperoleh tersebut, Bank Mandiri perlu memperhatikan kualitas *mobile banking* (Mandiri Mobile) yang ada, karena kualitas pelayanan dalam suatu bank merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan dengan bank lain sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan *mobile banking* di Bank Mandiri. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012: 157).

Tabel 1.4

Pengetahuan dan Penetrasi Nasabah Terhadap Mobile Banking Berdasarkan Kota di Indonesia Tahun 2012

Kota	Mengetahui Mobile Banking?		Memiliki Akun Mobile Banking?	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Jakarta	58,4%	41,6%	39,2%	60,8%
Bandung	57,6%	42,4%	33,0%	67,0%
Semarang	55,1%	44,9%	56,8%	43,2%
Surabaya	41,9%	58,1%	33,5%	66,5%
Medan	36,4%	63,6%	51,5%	48,5%

Sumber: <http://newsletter.marsindonesia.com/2013/02/06/awareness-penetrasi-mobile-banking-melonjak-tinggi/> (diakses pada 18 Juli 2014)

Pada tabel 1.4, penelitian dilakukan oleh MARS Indonesia mengenai tingkat pengetahuan dan penetrasi terhadap *mobile banking* berdasarkan kota di Indonesia tahun 2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kota Bandung berada pada posisi yang baik karena menempati peringkat kedua sebesar 57,6% dalam pengetahuan terhadap *mobile banking*. Tetapi kota Bandung menempati peringkat paling rendah dalam penetrasi terhadap *mobile banking*, karena dalam kepemilikan akun *mobile banking* kota Bandung menempati peringkat paling bawah dibandingkan empat kota lainnya yaitu sebesar 33%. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kota Bandung dalam pengetahuan terhadap *mobile banking* terbilang baik, tetapi dalam kepemilikan akun *mobile banking* berada pada posisi yang buruk.

Maka dari itu ditentukan kota Bandung sebagai lokasi penelitian mengenai *mobile banking* pada Bank Mandiri. Dengan uraian latar belakang di atas, mengetahui pengaruh kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan teknologi Mandiri Mobile. Oleh karena itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana kualitas Mandiri Mobile menurut tanggapan nasabah Bank Mandiri di kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan nasabah mengenai layanan Mandiri Mobile di kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas Mandiri Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam kajian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas Mandiri Mobile menurut tanggapan nasabah Bank Mandiri di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah mengenai layanan Mandiri Mobile di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas Mandiri Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri di kota Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu upaya pengembangan ilmu, khususnya di bidang bisnis media digital.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bidang penyusunan pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah untuk peneliti baru yang ingin melengkapi penelitiannya.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Untuk memudahkan pihak bank dalam mengetahui karakteristik yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas Mandiri Mobile.
 - b. Penelitian ini diharapkan agar dapat dijadikan referensi untuk melakukan pengembangan produk bagi produsen dengan meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen percaya dan merasa nyaman dalam menggunakan produk *mobile banking*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.