

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi menjadi sarana khususnya dalam bidang digital sekarang ini. Banyak perusahaan harus serba cepat dan tanggap dalam mempromosikan produk andalan, yang dapat menarik konsumen untuk membeli serta menjadikan produk unggulan dan produk tersebut nyaman serta dapat dipertahankan. tentu hal ini yang menjadi pusat perhatian dalam sistem pemasaran, bagi setiap perusahaan baik berupa layanan produk dan layanan jasa. Seperti halnya bank ritel, banyak mengarahkan strategi mereka terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui kualitas layanan yang lebih baik. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk merupakan Bank terbesar di Indonesia, dibentuk pada tanggal 02 Oktober 1998 dan empat bank asalnya efektif mulai beroperasi sebagai bank gabungan pada tanggal 31 juli 1999, dengan setelah selesainya proses merger.

Bank Mandiri kemudian memulai proses konsolidasi, termasuk pengurangan cabang dan pegawai. Selanjutnya diikuti dengan peluncuran single brand di seluruh jaringan melalui iklan dan promosi. salah satu pencapaian penting adalah penggantian secara menyeluruh platform teknologi. Bank Mandiri mewarisi sembilan sistem perbankan dari keempat legacy banks. Setelah investasi awal untuk konsolidasi sistem yang berbeda tersebut, Bank Mandiri mulai melaksanakan program penggantian platform yang berlangsung

selama tiga tahun, di mana program pengganti tersebut difokuskan untuk meningkatkan kemampuan penetrasi di segmen retail banking.

Mempunyai visi yakni Menjadi partner finansial pilihan utama Anda. Sedangkan misi Menyediakan solusi perbankan digital yang handal dan *simple* yang menjadi bagian hidup nasabah. Namun dalam setiap usaha yang ditekuni khususnya dalam dunia perbankan, tantangan ke depan selalu ada dan semakin kompleks sesuai kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan, serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu Bank Mandiri perlu melakukan transformasi bisnis dan pengelolaan organisasi secara berkelanjutan. Bank Mandiri telah mencanangkan transformasi Tahap III 2015-2020. Visi jangka panjang Bank Mandiri adalah “*To be The Best Bank in ASEAN by 2020*”, atau menjadi Bank terbaik di ASEAN tahun 2020. Rumusan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bank Mandiri bertekad menjadi institusi keuangan terbaik di ASEAN, dalam segi pelayanan, produk, dan imbal hasil kepada pemegang saham, serta manfaat yang diterima oleh masyarakat secara luas. Keunggulan ini dicapai dengan menyediakan layanan jasa dan produk yang terintegrasi, solusi keuangan yang didasari oleh pemahaman sektor industri yang mendalam dengan ditopang kemajuan teknologi, kualitas manusia dan sinergi bisnis hingga ke perusahaan anak.

- b. Menjadi kebanggaan negeri dan setiap insan yang bekerja di Bank Mandiri memiliki tanggung jawab yang harus direalisasikan melalui pengelolaan manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.
- c. Dengan sasaran mencapai kapitalisasi pasar USD55 miliar dan Return on Equity 23%-27% pada tahun 2020, Bank Mandiri bertekad menjadi ikon perbankan Indonesia di ASEAN.

Demi mempertahankan layanan kepada nasabah, tahun 2016 dibentuknya Agen Mandiri berperan sebagai partner dalam kerja sama program Layanan Keuangan Digital (LKD) atau yang juga dikenal dengan branchless banking agar nasabah mendapat kemudahan dalam bertansaksi. Dengan begitu, nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang bank, melainkan cukup datang ke Agen yang telah bekerja sama dengan Bank Mandiri serta secara resmi terdaftar dan dapat melayani transaksi keuangan. Adapun layanan diberikan adalah berupa Mesin *EDC (electronic data capture)* yang diberikan kepada pihak atau mitra untuk dilakukan transaksi berupa : Setor/Tarik tunai, Transfer, Pembayaran (BPJS, Listrik, Air, TV,dll), Pembelian (aplikasi online, tiket pesawat,dll) dan masih banyak lagi transaksi yang bisa dilakukan dengan menggunakan layanan Agen Mandiri. Selain itu juga yang menjadi Agen Mandiri adalah para nasabah telah memiliki tabungan dan yang baru memiliki tabungan serta memiliki usaha dalam bidang apapun, hal ini dilakukan agar layanan Bank Mandiri dekat dengan masyarakat dan membantu serta menjawab kebutuhan akan layanan khususnya dalam dunia perbankan. Adapun keuntungan atau benefit yang didapat yaitu komisi di

setiap transaksi dengan menggunakan sarana transaksi yang telah ditentukan oleh pihak Bank Mandiri. Selain itu fasilitas pendukung adalah spanduk, banner, sertifikat, brosur, buku panduan agen, sarana transaksi berbasis WEB dan atau sarana EDC mini ATM dan pelatihan oleh petugas Bank. Sedangkan kelemahannya terdapat pada sistem jaringan yang dimana setiap transaksi harus berhubungan dengan jaringan, dan juga mesin EDC terkadang mengalami kerusakan sehingga menghambat proses transaksi dan menunggu teknisi dari pihak Bank.

Dalam Jurnal tentang “Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan” Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas merupakan keseluruhan karakteristik-karakteristik dari suatu produk dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Selanjutnya Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa, pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain yaitu persepsi pelanggan, produk dan proses. Untuk yang berwujud barang ketiga orientasi tersebut hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas. Tetapi untuk jasa produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaji dan Sunandar (2010) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan dalam jurnal tentang “Pengaruh *Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan” Salah satu cara menciptakan pelanggan yang puas yaitu dengan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan yang maksimal melalui peningkatan jumlah pembeli oleh konsumen secara terus menerus, (Irawan, 2008: 23). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaji dan Sunandar (2010) serta Yeti Desmiati (2010) yang menyatakan bahwa *service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan.

Bank Mandiri telah memiliki 2.312 cabang, 15.344 unit ATM serta penambahan jaringan bisnis mikro sehingga menjadi 1.833 unit. di NTT terdapat 25 unit, khusus area Kupang terdapat 7 unit. Dalam pemenuhan akan tercapainya visi dan misi maka Bank Mandiri terus berkerja keras khususnya dalam menjalin mitra dengan para pelaku usaha, dengan memberikan mesin EDC untuk membantu dalam pelayanan berbagai macam transaksi, sehingga para pelanggan atau nasabah mendapatkan pelayanan yang lebih mudah dan dapat dijangkau. selain itu Bank Mandiri juga akan terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar berpengaruh untuk mendatangkan para Agen dan pelanggan yang baru, serta terus memperkuat jaringan agar pelayanan yang diberikan optimal. Kualitas layanan Menurut Tjiptono (2008;85) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Pada Bank Mandiri cabang Kupang khususnya unit Urip Sumohardjo Kupang, sebanyak 576 Nasabah turunan agen yang tersebar pada 85 unit

agen, dan melakukan transaksi sebanyak 837 yang juga berada pada Agen khususnya unit Urip Sumohardjo Kupang. Selain itu Adapun mesin EDC yang diberikan kepada mitra atau Agen Mandiri.

Berikut data mesin EDC yang di berikan kepada pelaku usaha atau Agen Mandiri pada Urip Sumardjo Kupang.

Tabel 1.1 Data Agen Mandiri pada Urip Sumohardjo Kupang

No	Jenis Tabungan	Tahun	Jumlah
1	Tabungan Mandiri	2018	2 Unit
2	Tabungan Mandiri, Tabungan Mikro, Tabungan Bisnis.	2019	40 Unit
3	Tabungan Mandiri, Tabungan Mikro, Tabungan Bisnis.	2020	36 Unit
4	Tabungan Mandiri, Tabungan Mikro	2021	7 Unit
			85 Unit

Sumber : Laporan Agen Bank Mandiri (2018-2021)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan atau penambahan Agen Mandiri, jika dilihat pada tahun 2018 (2 Unit) saja dikerenakan produk ini baru dirilis sehingga belum begitu diketahui oleh pelanggan, pada tahun 2019 (40 Unit), 2020 (36 Unit), 2021 (7 Unit). Maka dapat dikatakan pada tahun 2019-2020 pelanggan sudah mulai menggunakan produk ini sehingga terjadinya peningkatan atau penambahan Agen, sedangkan 2021 dalam masa berjalan sehingga bisa saja pada akhir tahun bisa

mengalami peningkatan juga. Jumlah pengguna semua mesin EDC yang dikeluarkan kepada Agen dalam kondisi baik dan sampai saat ini para agen masih terus melakukan pelayanan transaksi. Dengan fasilitas yang diberikan oleh sistem perbankan maka, akan ada banyak nasabah yang merasa dimudahkan, karena tanpa harus ke bank, nasabah dapat bertransaksi pada agen terdekat.

Penelitian terdahulu Oleh Intan Kamila (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug) Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun saran yaitu BSM sebaiknya menyediakan kartu debit dengan ber-master card agar dapat digunakan dimanapun, menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan agar nasabah mendapatkan diskon di 97 merchant-merchant tertentu, atau memperbanyak kerjasama dengan perusahaan-perusahaan makanan, perhotelan, dan lain-lain. BSM hendaknya memberikan informasi dengan jelas mengenai ATM apa saja yang dapat digunakan oleh nasabah. Pasalnya, banyak nasabah yang mengeluhkan sedikitnya jaringan ATM BSM yang tersebar di tempat-tempat umum.

Penelitian terdahulu oleh Agus (2018) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Persero TBK Cabang Pinrang. Berdasarkan masalah pokok dan hipotesis serta tujuan penelitian, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut : melihat dari hasil penelitian untuk variabel kualitas pelayanan yang dimana hasilnya dikategorikan pemberian pelayanan kepada nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Pinrang sudah berjalan dengan baik. Hal ini ditinjau dari butki fisik yang diterima nasabah, tanggungjawab dan kepedulian terhadap nasabah, kemampuan yang dimiliki oleh karyawan, adanya jaminan seperti kepastian waktu yang diberikan kepada nasabah serta rasa empati atau perhatian yang tulus yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah .

Untuk kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Pinrang yang hasilnya dikategorikan baik. Kenyaman nasabah, keyakinan nasabah atas layanan, minat menggunakan jasa, penjelasan atas layanan, nasabah mendapatkan kepercayaan setelah transaksi. melihat kualitas dan kuantitas yang dimiliki karyawan yang diberikan kepada nasabah dan kinerja yang dirasakan. Secara simultan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 75,70 persen terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Pinrang.

Adapun saran yang diberikan dari peneliti terhadap Pimpinan direksi PT. Bank Mandiri, Tbk cabang Pinrang dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah serta meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan agar dalam proses pemberian layanan bisa menjadi pelayanan yang berkualitas tinggi. Dan kepada para karyawan dibutuhkan kesadaran penuh untuk selalu bersikap atau berperilaku yang baik di dalam melayani setiap nasabah serta selalu berupaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian Terdahulu Oleh Windiasih (2020) Dengan Judul Pengaruh Layanan Brilink, Kepercayaan Masyarakat Dan Perlindungan Konsumen Dalam Meningkatkan Financial Inclusion Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Brebes Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Dari hasil pengujian uji statistik t (uji parsial) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif layanan Brilink terhadap peningkatan financial inclusion pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk Kantor Cabang Brebes. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,025. Hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan financial inclusion pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk kantor Cabang Brebes. 2. Dari hasil pengujian uji statistik t (uji parsial) dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap peningkatan financial inclusion pada PT Bank Rakyat Indonesia (persero)Tbk Kantor Cabang Brebes.

Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,042 lebih besar dari 0,025. Hal ini tidak dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan financial inclusion pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor Cabang Brebes. 3. Dari hasil pengujian uji statistik t (uji parsial) dapat disimpulkan bahwa Tidak terdapat pengaruh perlindungan masyarakat terhadap peningkatan financial inclusion pada PT Bank Rakyat Indonesia. (persero) Tbk Kantor Cabang Brebes. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,671 lebih besar dari 0,025. Hal ini tidak dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan financial inclusion pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor Cabang Brebes. maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh layanan agen Brilink dengan kepuasan nasabah dalam meningkatkan financial inclusion, sebaiknya diberikan pembinaan secara prima oleh pembina agen Brilink dilapangan sehingga agen Brilink dapat memberikan layanan yang lebih baik lagi.
- b. Agen Brilink sebaiknya memperhatikan kepercayaan nasabah, agar nasabah merasa percaya untuk melakukan transaksi di agen Brilink. terus melakukan interaksi dengan masyarakat, melakukan pemahaman mengenai Brilink sebagai panjng tangan dari Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.
- c. Bank penyelenggara, agen, dan OJK juga perlu memberikan penjelasan dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga

- kerahasiaan kode sandi, PIN, dan OTP agar nasabah laku pandai benar-benar aman dalam melakukan transaksi dan terlindungi dengan baik.
- d. Diperlukan aturan sanksi yang jelas apabila terjadi kebocoran rahasia data nasabah ketika melakukan transaksi di agen Brilink.
 - e. Bank Penyelenggara dan Petugas Agen Brilink Harus Lebih Selektif dalam Memilih Calon Agen Brilink, Karna Tempat Usaha, Pekerjaan dan Reputasi Calon Agen Brilink sangat Mempengaruhi Kepercayaan Masyarakat dalam melakukan Transaksi.
 - f. Bagi Agen Brilink di kabupaten Brebes Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan atau tolak ukur untuk meningkatkan Financial inclusion dengan melakukan peningkatan kualitas layanan agen Brilink dan meningkatkan Kepercayaan masyarakat dalam meningkatkan financial inclusion.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menganalisis tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Layanan Agen Mandiri Pada Unit Urip Sumardjo Kupang”

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang akan diteliti adalah **“Pengaruh Kualitas Produk Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan**

Pelanggan dalam menggunakan layanan Agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang”

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian tersebut, maka persoalan dapat di jabarkan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang?

1.4 Tujuan Dan Kemanfaatan Penelitian :

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan agen Mandiri pada Unit Urip Sumohardjo Kupang.

1.4.2 Kemanfaatan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.2.1 Kemanfaatan akademik

- a. Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan informasi yang berkaitan tentang pengaruh kualitas produk, kepercayaan konsumen dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan Agen Mandiri.
- b. Bagi Pembaca, dapat menjadikan referensi pengetahuan dan bahan tambahan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam perusahaan jasa pelayanan Bank.

1.4.2.2 Manfaat praktis

Bagi Bank Mandiri Unit Urip Sumohardjo Kupang, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam menganalisis kualitas produk, kepercayaan konsumen dan kualitas layanan kepada nasabah serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan

kebijakan yang akan dikeluarkan pihak Bank Mandiri pada Unit

Urip Sumohardjo Kupang.