

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti saat ini, kompetisi global dalam dunia bisnis menjadi semakin terbuka dan kompetitif dengan adanya dukungan kuat dari perdagangan bebas. Berbagai permasalahan ekonomi yang ada membuat perusahaan, bukan hanya mampu bersaing, tetapi mampu untuk tetap bertahan dan terus berupaya menjaga konsistensinya. Hal tersebut menuntut perusahaan berlomba-lomba untuk mencari dan menerapkan strategi yang tepat agar mampu bersaing dalam industri yang sama untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Maraknya persaingan dalam dunia bisnis menyebabkan sektor perekonomian di Indonesia menjadi ikut berperan aktif dalam persaingan tersebut karena tolak ukur untuk menilai suatu Negara maju atau tidaknya dapat dilihat dari pergerakan pertumbuhan ekonomi di suatu Negara tersebut. Maka dari itu, perusahaan jasa, terutama perbankan harus ikut berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Saat ini, perbankan di Indonesia mengalami persaingan yang semakin kompetitif. Merambahnya bank-bank asing di Indonesia, seperti *Bank of America, N.A, Bank of China Limited, Citybank N.A, Deutsche Bank A.g, JP Morgan Chase Bank, N.A, Standard Chartered Bank, The Bangkok Bank Comp. Ltd, The Bank of Tokyo Mitsubishi Ufj, The Hongkong & Shanghai*

*Banking Corp, The Royal Bank of Scotland N.V*<sup>1</sup> juga menjadi salah satu persaingan berat yang harus bisa diatasi oleh bank-bank umum dengan memilih strategi yang tepat untuk tetap bisa bertahan dalam industri jasa.

Dilansir dalam portal berita detik *finance* yang membuktikan bahwa berdasarkan data statistik perbankan Indonesia (SPI) Februari 2017 jumlah bank asing tercatat 9 bank. Kemudian jumlah kantor bank asing tercatat 89 unit dan untuk bank campuran tercatat 12 bank dengan jumlah kantor 355 unit<sup>2</sup>. Salah satu dari beberapa bank yang ada di Indonesia yang selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi adalah Bank Mandiri. Bank Mandiri didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Agustus 1999 yang salah satu misinya peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan<sup>3</sup> dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat membentuk loyalitas nasabah.

Hal lain yang terjadi, yakni tuntutan akan kebutuhan masyarakat diseluruh dunia terhadap pelayanan jasa keuangan semakin meningkat terlihat dari gaya hidup masyarakat modern saat ini yang menyukai dan mementingkan hal-hal yang bersifat praktis di segala aspek dalam hal lalu-lintas keuangan, terutama dalam hal transaksi yang dapat memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari, seperti halnya saat ini terlihat dari cara berbelanja yang dulu langsung pergi ke toko, sekarang bisa dilakukan di rumah (*Online Shop*) dengan cara

---

<sup>1</sup><https://www.sahamok.com/bank/bank-asing/> (diakses pada 3 Januari 2018).

<sup>2</sup><http://m.detik.com/finance/moneter/d-3508239/try-sutrisno-bicara-maraknya-bank-asing-di-indonesia> (diakses 5 Januari 2018)

<sup>3</sup>[http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about\\_profile.asp](http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_profile.asp) (diakses 3 Januari 2018)

pembayaran melalui *transfer*. Dalam kegiatan ini perlu lembaga yang membantu dalam bentuk pelayanan lalu lintas pembayaran uang, yaitu Bank. Kondisi ini membuat pihak perbankan dituntut untuk berpikir keras agar dapat menghadapi persaingan tersebut dengan selalu memberikan terobosan baru, termasuk dalam hal penawaran produk yang variatif, pemberian pelayanan yang berkualitas dan kemudahan-kemudahan lainnya untuk para nasabahnya seperti layanan *mobile banking* atau *internet banking*.

Bagi pelaku bisnis industri jasa perbankan, mempunyai nasabah yang loyal adalah tujuan akhir yang harus dicapai oleh setiap perbankan. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan dengan cara sekaligus, tetapi dengan melewati proses yang panjang karena jika kita sudah memiliki nasabah yang setia, tanpa ragu mereka akan menyebarkan kabar baik tentang produk yang telah digunakannya. Maka dari itu, mempertahankan nasabah yang loyal lebih utama dibandingkan dengan mencari atau merekrut nasabah baru karena akan membutuhkan pengorbanan besar dari segi keuangan dan proses waktu yang lebih lama, maka sangat disayangkan dan rugi bila perusahaan membiarkan nasabah yang loyal pergi dengan begitu saja.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu, manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM). Hal ini di dukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Nur Rianto Al Arif dan Titin Nurasih dengan judul *Customer*

*Relationship Management* dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank: Studi pada Bank Muamalat Indonesia yang menyatakan bahwa variabel *Customer Relationship Management* (CRM) berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank Muamalat<sup>4</sup>. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih membuat manajemen hubungan pelanggan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang suatu perbankan melalui metode dan teknologi yang digunakan perbankan untuk mengembangkan hubungan mereka dengan nasabah, termasuk didalamnya adalah tenaga penjualan (*sales force*), pusat pelayanan (*customer service*), pusat panggilan (*call center*), pemasaran, dukungan teknis (*technical support*) dan layanan lapangan (*field service*) serta layanan yang berkaitan dengan *customer touching*, yaitu layanan *mobile banking* dan *internet banking* serta ATM (*Automatic Teller Machine*).

Berdasarkan hasil survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW.01 Kelurahan Duren Sawit Kecamatan Duren Sawit, diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan di Bank Mandiri cabang Buaran terkait gangguan sistem untuk layanan Mandiri *Online* yang terjadi beberapa hari. Mandiri *Online* merupakan layanan transaksi keuangan yang diberikan oleh Bank Mandiri dengan cara menggabungkan layanan *Mobile Banking* dengan *Internet Banking* yang saat ini masih dalam tahap *soft launching*. Berawal dari salah satu warga

---

<sup>4</sup>M.Nur Rianto Al Arif dan Titin Nurasiah, "Customer Relationship Management dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank: Studi pada Bank Muamalat Indonesia", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.5 No.1, April 2015, h. 51-64.

ingin mentransfer dana sebesar Rp.100.000, lalu didapati pada bukti transfer yang masuk melalui email sebesar Rp.1.000.000. Hal tersebut membuat beliau menjadi khawatir karena mengalami perbedaan saldo yang di transfer karena tidak adanya informasi yang jelas dari pihak Bank Mandiri. Setelah ditelusuri secara mendalam ditemukan bahwa hal tersebut terjadi dikarenakan adanya sedikit perbaikan yang perlu dilakukan terhadap sistem yang diduga *system corrupt*. Untuk itu, bila mengalami perbedaan saldo saat transaksi, akan dikembalikan oleh pihak Bank Mandiri dan dipastikan bahwa dana nasabah aman. Walaupun, permasalahan yang terjadi sudah dapat ditindak lanjuti, namun rasa khawatir akan informasi yang diberikan terbilang terlambat dan hal tersebut membuat berkurangnya loyalitas nasabah terhadap Bank Mandiri.

Kemudian, senada dengan permasalahan di atas, dari portal berita online diuraikan bahwa terjadi permasalahan pada sistem Mandiri Online yang menyebabkan berkurangnya saldo rekening nasabah. Sekretaris Perusahaan Bank Mandiri Rohan Hafas menyebut persoalan yang terjadi sebagai kekeliruan sistem. Sebanyak 97 nasabah menjadi korban dalam kasus ini, namun Bank Mandiri mengklaim bahwa telah menuntaskan persoalan dalam sistem Mandiri Online. Meski begitu, beberapa nasabah yang melapor kehilangan dana menemukan saldonya berkurang lantaran telah terjadi transfer ke sejumlah rekening di bank berbeda. Berdasarkan penelusuran Katadata, terdapat nasabah yang melaporkan kehilangan dana hingga ratusan juta rupiah. Disusul dengan pernyataan seorang nasabah

asal Yogyakarta, bernama Marisanti Marlan yang mendatangi Bank Mandiri dan menyatakan saldonya belum kembali ke besaran semula, lalu dari pihak Bank Mandiri menyatakan masih dalam proses investigasi. Sebelumnya, ia mendapati saldonya berkurang lantaran di *transfer* tanpa sepengetahuannya ke tiga rekening berbeda dengan nominal total Rp.45 juta. Informasi *transfer* dana diketahuinya dari pesan elektronik berupa *e-mail* notifikasi dari Bank Mandiri tentang adanya *transfer* dana melalui Mandiri *Online*<sup>5</sup>. Hal tersebut membuat nasabah menjadi kecewa yang berakibat menurunnya loyalitas pada Bank Mandiri.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kepuasan. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan kepuasan nasabah mempunyai peran penting yang tidak bisa diabaikan oleh setiap perbankan karena ketika nasabah memilih untuk menabung di suatu bank, tentunya menginginkan semua kebutuhannya dapat terpenuhi mulai dari pelayanan hingga fasilitas yang disediakan memadai agar terciptanya kepuasan nasabah.

Sangat disayangkan, hal tersebut tidak dapat dipenuhi oleh Bank Mandiri Cabang Buaran di Jakarta disebabkan karena fasilitas yang disediakan kurang memadai. Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari warga RW.01 Kelurahan Duren Sawit Kecamatan Duren Sawit, didapat informasi mengenai lahan parkir yang kurang luas membuat nasabah yang membawa kendaraan bingung untuk memarkir, kemudian

---

<sup>5</sup><http://katadata.co.id/berita/2017/05/08/soal-dana-raib-bank-mandiri-97-nasabah-alami-kekeliruan-sistem>. (diakses 3 Januari 2017)

ruang tunggu yang dapat dikatakan sempit, namun tidak sesuai dengan sejumlah besar nasabah yang datang, membuat nasabah sulit untuk bergerak dengan leluasa ketika sedang menunggu nomor panggilan antrian dan bahkan ada nasabah yang menunggu dengan berdiri didekat antrian, jika sedang banyak nasabah yang datang. Hal tersebut membuat nasabah merasa tidak nyaman yang menyebabkan berkurangnya loyalitas nasabah pada perbankan tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu kepercayaan. Pernyataan tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. Wahab dengan judul *Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking* yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah<sup>6</sup>. Bank mempunyai tugas menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah dengan cara melindungi dan mempertahankan kerahasiaan data nasabah dari pihak luar. Bila kerahasiaan data nasabah tidak dapat dijamin oleh suatu bank, maka nasabah akan merasa takut berhubungan dengan bank tersebut karena tanpa adanya rasa percaya dari nasabah akan sulit bagi perbankan untuk melakukan penawaran produk bank kepada nasabah.

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan peneliti melalui wawancara pada warga RW.01 Kelurahan Duren Sawit Kecamatan Duren

---

<sup>6</sup>Zeyad M. EM. Kishada dan Norailis Ab. Wahab, "Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking", *International Journal of Business and Social Science*, Vol.6 No.11, November 2015, h. 110-119.

Sawit, diperoleh informasi bahwa terdapat masalah yang berkaitan dengan rendahnya kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Buaran dikarenakan adanya pemblokiran kartu ATM saat ingin mengambil uang di ATM, akhir pekan lalu tanpa adanya informasi atau pemberitahuan dahulu yang menyebabkan rasa kekhawatiran nasabah akan adanya pembobolan rekening yang sedang marak terjadi. Hal ini membuat kepercayaan nasabah menurun yang nantinya mungkin akan membuat loyalitas nasabah pada bank berkurang. Berdasarkan pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryeni, Yofina Mulyati dan Eka Febrianz Laoli dengan judul Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Khatib Sulaiman yang menyatakan bahwa kepercayaan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah<sup>7</sup>.

Contoh lainnya yaitu, seperti yang dilansir dalam artikel *online* bahwa terdapat permasalahan pada saat nasabah melakukan *transfer* melalui *mobile banking* senilai Rp.8.465.000, setelah transaksi berhasil kemudian beliau melakukan pengecekan saldonya banyak berkurang, lebih dari nilai *transfer*nya saat itu. Akhirnya, nasabah tersebut melakukan pengecekan dan ternyata uangnya terpotong Rp. 49.157.889 yang di *transfer* ke BTN Nusa Dua Bali yang merupakan warga negara Finlandia.

---

<sup>7</sup>Haryeni, Yofina Mulyati dan Eka Febrianz Laoli, "Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Khatib Sulaiman", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, Vol.19 No.2, Juli 2017, h.189-201.

Lalu nasabah tersebut menghubungi *call center* untuk menceritakan keluhan yang ada dan *customer service* tersebut mengatakan akan dilakukan investigasi terlebih dahulu dengan rentang waktu 7 X 24 jam. Selanjutnya, pihak Bank Mandiri mengatakan bahwa permasalahan yang dialami nasabah tersebut terkait atas tindakan pencurian data nasabah atau dikenal dengan *phising* yang akan diproses oleh pihak yang berwajib. Karena permasalahan tersebut nasabah mengaku takut untuk menggunakan layanan bank berbasis *internet* dan membuat rasa kepercayaan nasabah hilang pada Bank Mandiri<sup>8</sup>.

Dari penjelasan di atas, dapat di simpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* (CRM), kepuasan dan kepercayaan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah rendahnya loyalitas nasabah yang terjadi di Bank Mandiri Cabang Buaran pada warga RW.01 Kelurahan Duren Sawit Kecamatan Duren Sawit di Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya loyalitas nasabah Bank Mandiri, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>8</sup>Kompas.com, Uang Nasabah Hilang, Bank Mandiri Salahkan Virus Komputer, <http://regional.kompas.com/read/2015/08/10/19230711>. (diakses pada 28 Desember 2017)

1. Manajemen Hubungan Pelanggan yang kurang baik.
2. Rendahnya Kepuasan Nasabah.
3. Rendahnya Kepercayaan Nasabah.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata rendahnya loyalitas nasabah merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara Manajemen Hubungan Pelanggan dan Kepercayaan dengan Loyalitas Nasabah”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara manajemen hubungan pelanggan dengan loyalitas nasabah?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara manajemen hubungan pelanggan dan kepercayaan dengan loyalitas nasabah?

## **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

### 1. Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini akan menambah wawasan, serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara manajemen hubungan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

### 2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya mengenai hubungan antara manajemen hubungan pelanggan dan kepercayaan dengan loyalitas nasabah.

### 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan manajemen hubungan pelanggan dan kepercayaan. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong loyalitas nasabah.

### 4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya manajemen hubungan pelanggan dan kepercayaan dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.