BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri perbankan memegang peranan yang sangat penting karena kegiatan perekonomian suatu negara tidak terlepas dari sebuah alur lalu lintas penyebaran uang. Dari peranan yang sangat penting itu dapat dikatakan bahwa industri perbankan sebagai urat nadi dari sistem perekonomian (Sasongko, 2000). Seperti yang tercermin dalam Pasal empat (4) Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 yang menjelaskan, ”Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”. Menurut Simorangkir (2004), lembaga perbankan sendiri merupakan lembaga keuangan yang usahanya memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan lainnya.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998, tentang perbankan, yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Mandala (2004) menuliskan bahwa perbankan adalah lembaga keuangan yang paling besar sampai saat ini. Kelebihan perbankan yang utama dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya adalah diizinkannya mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito, dan produk perbankan lainnya. Posisi perbankan juga sangat strategis, karena merupakan lembaga keuangan yang paling utama yang diandalkan pemerintah dalam melaksanakan kebijakan moneter.

Pengelompokan lembaga perbankan di Indonesia diklasifikasikan berdasarkan fungsi, kepemilikan dan peran bank. Fungsi utama Bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dengan berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary.* Sigit Triandaru (2008) menuliskan bahwa fungsi bank secara spesifik adalah *agent of trust, agent of development,* dan *agent of service.*

Salah satu lembaga perbankan yang ada di Indonesia milik pemerintah adalah Bank Mandiri (Persero). Perusahaan ini didirikan 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 Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Expor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia, digabung ke dalam Bank Mandiri. Menurut situs resmi Bank Mandiri, keempat bank tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan perbankan di Indonesia dimana sejarahnya berawal pada lebih dari 140 tahun yang lalu.

Berdasarkan kepemilikannya, Bank Mandiri merupakan Bank milik negara (BUMN) yang 60 persen sahamnya dimiiki oleh pemerintah. Menurut Metta dalam harian Kompas (2012), Bank BUMN merupakan garda depan untuk menjaga moneter di Indonesia, maka dari itu Bank BUMN sangat berperan penting. Menurut survey yang dilakukan oleh Masyarakat Profesional Madani terhadap para pelaku usaha di kawasan Jakarta dan sekitarnya pada Mei–Juni 2007 menunjukkan bahwa 54% responden memilih bank BUMN sebagai sumber pembiayaan usahanya. Hal ini berarti Bank BUMN ini masih menjadi pilihan utama bagi kalangan pengusaha. Selain itu, bank BUMN ini cukup strategis karena merupakan kelompok bank yang mendominasi industri perbankan nasional dengan pangsa sekitar 40% dan memiliki cabang-cabang yang tersebar di seluruh pelosok Tanah Air.

Pengumpulan dana merupakan kegiatan pokok suatu bank, dimana dana tersebut akan disalurkan dalam bentuk perkreditan. Oleh karena itu kemampuan bank dalam menjual kreditnya ke masyarakat akan sangat tergantung dari sumber-sumber dana yang dikuasainya (Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, 2006). Dengan tanpa adanya dana yang cukup akan dapat mempengaruhi kelancaran dari kegiatan operasional bank tersebut. Sumber dana bank berasal dari masyarakat yang dihimpun melalui tabungan. Menurut UU No 7 tahun 1992, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau giro.

Potensi pasar tabungan relatif besar, sampai dengan saat ini saja, penduduk Indonesia yang mempunyai rekening tabungan belum ada separuhnya. Menurut data Biro Riset Infobank jumlah masyarakat yang memiliki rekening tabungan belum sampai jumlah Nasabah 5 Bank Besar.

Tabel 1.1

Peringkat Bank Besar di Indonesia

No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah
1.	BRI	33.000.000
2.	BNI	11.772.000
3.	Mandiri	11.300.000
4.	BCA	9.700.000
5.	BTN	5.000.000

Sumber :*www.infobanknews.com*, Juni 2011

Melihat perkembangan bank di Indonesia yang semakin ketat dan juga seperti halnya jumlah nasabah yang perbandingan nasabahnya juga ketat, maka perlu adanya upaya-upaya untuk mencari tahu faktor mana dari bauran pemasaran perusahaan yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Menurut Tjiptono (2007), bauran pemasaran merupakan alat yang dapat digunakan oleh pemasar untuk melakukan kegiatan pemasaran. Penelitian ini mengukur bauran pemasaran jasa yang mencakup 7P yaitu: *product, pricing, promotion, place, people, physical evidence dan process*.

Tabel 1.2

Data Survei Awal

No.	Pernyataan	Konseptual
1	1. Bank Mandiri memberikan jaminan keamanan. 2. Bank Mandiri memiliki brand yang terkenal. 3. Bank Mandiri menawarkan servis yang baik.	Produk/Servis
2	1. Suku bunga yang menarik. 2. Bank Mandiri memiliki biaya administrasi bulanan rendah. 3. Berapa setoran awal pembukaan rekening.	Harga
3	1. Iklan dari Bank Mandiri menarik. 2. Bank Mandiri mengadakan pameran. 3. Promo yang di tawarkan Bank Mandiri bermanfaat.	Promosi
4	1. Bank Mandiri memiliki lokasi yang stategis. 2. Bank mandiri memiliki lokasi yang aman. 3. Bank Mandiri memiliki Kantor Cabang dan ATM yang banyak.	Tempat
5	1. Karyawan Bank Mandiri ramah. 2. Karyawan Bank Mandiri mampu memberikan keterangan yang jelas. 3. Karyawan Bank Mandiri memiliki penampilan yang bersih.	Orang
6	1. Bank Mandiri memiliki interior ruangan pelayanan yang baik dan menarik di setiap kantor 2. Tersedianya tempat duduk yang cukup di setiap kantor Bank Mandiri. 3. Tersedianya mesin ATM di setiap kantor cabang.	Bukti Fisik
7	1. Bank Mandiri mampu mempertahankan kesetiaan dari nasabahnya. 2. Bank Mandiri memiliki kantor cabang di negara lain dan bekerjasama dengan bank-bank lain. 3. Bank Mandiri berdiri diatas hukum yang berarti memiliki legalitas atas kinerjanya.	Proses
8	1. Menjadi Nasabah Bank Mandiri. 2. Nasabah Bank Mandiri mengajak teman dan keluarga untuk menabung di Bank Mandiri. 3. Bangga Menjadi Nasabah Bank Mandiri.	Keputusan menjadi Nasabah dari Bank Mandiri(Y)

Sumber: Data diolah (2012)

1.2 Batasan Penelitian

Masalah dalam penelitian ini terbatas hanya pada 7 variabel, yaitu Produk (*Product),* Harga *(Price),* Promosi *(Promotion),* Tempat *(Place),* Orang *(People),* Bukti Fisik *(Physical Evidence),* dan Proses *(Process)*. Penelitian ini dilakukan terhadap nasabah Bank Mandiri di Surabaya. Faktor-faktor yang tidak perlu diperhitungkan dalam penelitian ini agar menjaga kehomogenan atas data yang dikumpulkan dari responden seperti: jenis kelamin, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan preferensi.

1.3 Perumusan Masalah

Berikut ini adalah perumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah *Product/Service* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?

2. Apakah Harga *(Price)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?
3. Apakah Promosi *(Promotion)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?
4. Apakah Tempat *(Place)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?
5. Apakah Orang *(People)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?
6. Apakah Bukti Fisik *(Physical Evidence)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?
7. Apakah Proses *(Process)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Product* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
2. Untuk mengetahui apakah Harga *(Price)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
3. Untuk mengetahui apakah Promosi *(Promotion)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
4. Untuk mengetahui apakah Tempat *(Place)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
5. Untuk mengetahui apakah Orang *(People)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
6. Untuk mengetahui apakah Bukti Fisik *(PhysicalEvidence)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.
7. Untuk mengetahui apakah Proses *(Process)* berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi Nasabah Bank Mandiri.

1.5 Manfaat Penelitan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, berikut ini adalah manfaat yang diberikan dari penelitian bagi masing-masing pihak:

Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rajukan bagi Bank Mandiri (ataupun bank lain) dalam berupaya untuk meningkatkan citra perusahaan sehingga memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menarik minat masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah Bank Mandiri.

Teoritis

a. Sebagai literatur tambahan untuk penelitian mendatang mengenai bauran pemasaran terkait dengan upaya perusahaan dalam menjual sebuah layanan Bank Mandiri.
b. Sebagai kajian akademik untuk memperkaya literatur mengenai bauran pemasaran akan penjualan layanan yang selama ini masih sangat jarang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mengikuti pembahasan penelitian ini, maka disusun organisasi penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori mengenai Produk/Servis (*Product/Service),* Harga *(Price),* Tempat *(Place),* Promosi *(Promotion),* Orang *(People),* Proses *(Process),* Bukti Fisik *(Physical Evidence),* pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Berisi uraian mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DATA

Berisi tentang sejarah dan perkembangan objek yang diteliti, analisis data dari hasil kuisioner yang telah diolah, pembahasan setiap variabel berdasarkan hasil yang diperoleh.

BAB 5 : KESIMPULAN

Berisi simpulan dari hasil penelitian secara menyeluruh melalui implikasi teoritis maupun manajerial dan rekomendasi yang penulis ingin sampaikan terhadap objek yang diteliti.