

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa pada prinsipnya menawarkan suatu hal yang dimaksudkan untuk memuaskan konsumennya. Kepuasan merupakan hal penting yang harus diwujudkan sebab kepuasan merupakan faktor kunci yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang atas suatu produk atau jasa. Dalam bisnis perbankan adanya kepuasan akan menciptakan loyalitas masyarakat pengguna jasa bank kepada suatu bank tertentu.

Semakin hari persaingan dalam bisnis perbankan semakin kompetitif. Bank-bank bersaing menciptakan produk-produk baru yang dapat memanjakan para nasabahnya. Bank-bank tersebut juga gencar memberikan hadiah-hadiah yang bernilai ratusan juta bahkan milyaran rupiah untuk mempertahankan nasabahnya sekaligus untuk menarik nasabah baru.

PT Bank Mandiri Tbk merupakan salah satu bank yang ikut dalam persaingan perbankan di Indonesia. Bank hasil merger beberapa bank milik pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia ini sejak kemunculannya tahun 1998 yang lalu telah berhasil mengukuhkan diri menjadi bank terbesar di Indonesia. Dengan dukungan lebih dari 700 kantor cabang online, 200 ATM Mandiri dan 5000 ATM link, PT Bank Mandiri mampu menarik nasabah dari banyak kalangan.

Tahun lalu PT Bank Mandiri bersama PT Telkom telah menjalin kerjasama dengan UGM dalam pembuatan GAMA card. Hal tersebut merupakan upaya Bank Mandiri dalam memperluas jaringan dan mempererat hubungan dengan dunia pendidikan, dimana dari proyek tersebut diperkirakan akan terjaring nasabah baru yang berasal dari kalangan civitas akademika UGM. Dengan dibukanya rekening di Bank Mandiri, para mahasiswa/mahasiswi dapat mempergunakan kartu mahasiswanya sebagai kartu ATM dengan berbagai kemudahan diantaranya dapat digunakan di lebih dari 2000 ATM Mandiri di Indonesia, dapat digunakan bertransaksi belanja melalui kartu debit Visa Electron dan dapat memperoleh fasilitas sms banking mandiri.

Saat ini harus disadari bahwa persaingan yang hanya mengandalkan produk dan promosi saja belumlah cukup dalam bisnis perbankan. Sebagai suatu bisnis yang bergerak di bidang jasa, masyarakat punya harapan dan tuntutan tertentu terhadap jasa pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu manajemen Bank Mandiri harus mengetahui harapan-harapan dari pengguna jasa bank agar bank mempunyai dasar untuk menyusun strategi sehingga mampu memenangkan persaingan. Terutama persaingan dari bank-bank yang mempunyai misi untuk memuaskan nasabah seperti Bank Negara Indonesia (BNI).

Kepuasan itu sendiri adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa yang sama atau melebihi dari harapan yang diinginkan (Zulian Yamit, 2001). Apabila harapan seseorang terhadap suatu jasa sesuai dengan apa yang ia alami maka orang tersebut akan merasa puas. Sebaliknya, jika harapan seseorang tidak sesuai dengan jasa yang diberikan, maka

ia tidak akan puas dan cenderung mencari perusahaan lain yang dapat memberikan jasa yang lebih baik. Dengan tercapainya kepuasan maka akan tercipta loyalitas yang akan membantu perusahaan dalam hal promosi, yaitu melalui periklanan getok-tular yang dilakukan nasabah sehingga menarik nasabah-nasabah baru.

Kepuasan jasa di Bank Mandiri cabang UGM dapat dinilai dari fasilitas yang dimiliki bank, penampilan petugas/pegawai bank, pelayanan yang diberikan, reaksi petugas bank terhadap keluhan nasabah, perlakuan yang sama kepada semua nasabah dan lain-lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal di atas dengan judul: **“ANALISIS KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA PT. BANK MANDIRI CAB. UGM.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada perbedaan antara harapan nasabah dan kinerja yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Cab. UGM?
2. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah bank terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Cab. UGM berdasarkan karakteristik nasabah?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah driver kepuasan PT. Bank Mandiri yang diteliti hanya meliputi kualitas pelayanan saja.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menetapkan perbedaan antara harapan nasabah dan kinerja yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Cab. UGM.
2. Untuk menetapkan perbedaan tingkat kepuasan nasabah bank terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri Cab. UGM berdasarkan karakteristik nasabah.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman bagi peneliti di bidang penelitian dan memperluas pengetahuan peneliti di bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi perusahaan/ bank

Hasil penelitian ini dapat digunakan unit usaha yang bergerak di bidang jasa perbankan sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam rangka merumuskan strategi pengambilan keputusan mengenai kualitas pelayanan yang memuaskan sehingga nantinya bank tersebut dapat memenangkan persaingan.

3. Bagi pendidikan

Manfaat bagi pendidikan yaitu dapat menjadi bahan referensi dalam memajukan kualitas pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

