

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya jumlah lembaga perbankan yang didirikan di negara Indonesia, membuat persaingan dalam industri perbankan sangatlah ketat, berdasarkan data yang dipublish oleh Direktori Perbankan Indonesia di website <https://www.bi.go.id/id/publikasi/dpi>, di Indonesia terdapat 4 Bank Umum Persero, 35 Bank Umum Swasta Devisa, 30 Bank Umum Swasta Nasional non Devisa, 15 Bank Campuran, 10 kantor cabang Bank Asing, dan terdapat 26 Bank Pembangunan Daerah. Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat, masing - masing industri perbankan harus memiliki keunggulan kompetitif antara lain adalah dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Kondisi perbankan saat ini mendorong pihak - pihak yang terlibat di dalamnya untuk melakukan penilaian atas kesehatan bank. Banyaknya lembaga perbankan di Indonesia, membuat persaingan dalam industri perbankan sangatlah ketat. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses

terhadap layanan finansial dan pemrosesan transaksi. Hal ini mendorong terjadinya kompetisi perbankan secara digital khususnya pemanfaatan *Mobile Banking*.

Bank Mandiri senantiasa berupaya untuk menciptakan kerja nyata dalam segala aspek usahanya. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Mandiri dengan menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi melalui *E-channel* atau Mandiri *e-banking*. *Mobile banking* merupakan jasa layanan perbankan yang disediakan oleh bank agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju. Layanan ini berbasis teknologi selular yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada para nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu dalam penyampaian informasi tersebut diperlukan adanya suatu kegiatan komunikasi yang efektif atau biasa disebut dengan kegiatan promosi. Promosi merupakan salah satu instrumen strategis bauran pemasaran yang paling populer diantara instrumen strategis lainnya. Keefektifan promosi sangat tergantung dari bagaimana perusahaan memilih bentuk promosi yang diperlukan pada produk yang dipasarkan. *Livin' by Mandiri* merupakan aplikasi perbankan dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan konsep financial superapp, layanan perbankan dari Bank Mandiri yang mempermudah nasabah untuk melakukan berbagai transaksi finansial dan nonfinansial dengan menggunakan aplikasi secara aman, mudah dan cepat yang bisa diakses melalui *smartphone*. Alasan ini merupakan salah satu penyebab dari pihak bank

menentukan penawaran layanan *Mobile Banking* diharapkan dapat mengurangi ketidakpraktisan metode manual serta menawarkan kepraktisan. Layanan *M-banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *smartphone*.

Sama seperti perbankan lainnya, Bank Mandiri khususnya KCP Pasar Inpress Prabumulih juga memiliki masalah seputar bauran pemasaran yang belum maksimal serta edukasi yang kurang tentang pentingnya menggunakan *Mobile Banking*, masih minim dan kurangnya kesadaran dilakukan pegawai, terlihat dari indikator bauran pemasaran yang belum maksimal, beberapa nasabah yang ramai datang ke kantor cabang masih banyak yang belum tahu, belum menggunakan dan belum paham mengenai *Mobile Banking*. Layanan ini yang seharusnya menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah dalam meningkatkan citra Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih kepada nasabah serta memanfaatkan keadaan yang serba digital yang nantinya akan mengurangi jumlah nasabah yang datang untuk melaksanakan transaksi ke kantor cabang dalam pemanfaatan *Mobile Banking* itu sendiri. Oleh karena itu Bank mandiri khususnya KCP Pasar Inpress Prabumulih di tuntut untuk menyemarakkan, mempromosikan serta melakukan strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran untuk menghadapi persaingan yang ketat agar menarik minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* dari Bank Mandiri melalui aplikasi super Livin' by Mandiri. Dalam usaha mendapatkan nasabah, promosi sangat diperlukan. Ada beberapa faktor yang mendukung kegiatan promosi, kelancaran kegiatan promosi dipengaruhi oleh adanya tujuan yang jelas dari kegiatan promosi yang akan dilakukan. Promosi berkaitan dengan

aktivitas mempengaruhi tingkah laku pembeli. Kegiatan promosi sangat penting dalam meningkatkan nasabah, karena melalui promosi nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan sehingga masyarakat dapat memutuskan untuk menggunakan produk layanan yang ditawarkan oleh Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih.

Berdasarkan hal tersebut, Penulis tertarik untuk melakukan Penelitian dengan judul **“Analisis Bauran Pemasaran *Product, Promotion* dan *People* Terhadap Keputusan Nasabah dalam Penggunaan *Mobile Banking* Pada Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih”**. Hasil yang diharapkan penulis semoga dengan adanya Penelitian yang dilakukan oleh penulis di Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih dapat menambah kontribusi terbaik dalam peninjauan dan promosi *Mobile Banking* sehingga memperoleh hasil bahwa faktor pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*, serta besar harapan penulis untuk menambah dan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan pada perkuliahan dan bisa berpartisipasi dalam mempromosikan layanan digital Bank Mandiri berupa aplikasi Livin by' Mandiri serta dapat meingkatkan citra Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih kepada Masyarakat Kota Prabumulih.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat dirumuskan permasalahan, antara lain :

1. Bagaimana bauran pemasaran *product, promotion* dan *people* terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* dari Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih?
2. Bagaimana bauran pemasaran *product, promotion* dan *people Mobile Banking Livin' by Mandiri* pada Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah :

1. Mengetahui bagaimana bauran pemasaran *product, promotion* dan *people* terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* dari Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih.
2. Membantu meninjau bauran pemasaran *product, promotion* dan *people* yang di laksanakan di Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih terhadap keputusan nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan dapat memberikan peningkatan keilmuan bagi kalangan akademis dan

referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan kajian tentang tinjauan promosi *Mobile Banking* dari Bank Mandiri.

2. Bagi Perusahaan

Membantu Bank Mandiri untuk mempromosikan dan menyemarakkan pengaktifan *Mobile Banking* melalui super app Livin' by Mandiri.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan tinjauan untuk pemenuhan permintaan nasabah akan layanan keuangan digital yang memudahkan nasabah melalui penggunaan produk dan layanan keuangan digital dari Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih melalui super app Livin' by Mandiri.

4. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian dari Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* pada Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih yang berlokasi

di Jl. Prof. M. Yamin Kel. Pasar Prabumulih II Kec. Prabumulih Utara Kota Prabumulih

2. Metode Penulisan

Dalam kegiatan penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi dengan melakukan tanya jawab secara langsung di lokasi tempat penelitian pada reponden untuk melengkapi keterangan - keterangan yang ada hubungannya dengan penulisan laporan ini.

2.1 Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam observasi penelitian ini menggunakan jenis observasi terstruktur, dimana variabel dalam penelitian ini diantaranya: kemudahan penggunaan, daya guna, kenyamanan, kepercayaan dan keinginan nasabah. Juga didukung dengan data-data yang tersedia di Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih.

2.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak yang

bersangkutan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada sebagian sampel yaitu nasabah yang datang dan belum menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih.

2.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan (Anwar:2019). Metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa data-data terkait nasabah Bank Mandiri KCP Pasar Inpress Prabumulih.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yang akan diuraikan dalam laporan ini terbagi dalam beberapa bab yang akan dibahas, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang, perumusan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan penelitian yang digunakan dalam pembuatan laporan ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang objek penelitian, operasional variable, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian dan pembahasannya akan dijelaskan pada bab ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari saran.

