

BAB II

GAMBARAN UMUM PT BANK MANDIRI DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Perusahaan Bank Mandiri (Persero)

PT Bank Mandiri (Persero), Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang berfokus dalam menghimpun dan menyalurkan dana nasabah sebagaimana tugasnya sebagai Bank Umum di Indonesia (Bank Mandiri, 2021).

Bank Mandiri didirikan pada tanggal 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank milik negara, yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia digabung menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

Setelah terintegrasi secara menyeluruh, Bank Mandiri berhasil menciptakan bank yang dapat mengimplementasikan *core banking system* baru menggantikan *core banking system* dari keempat bank legasi sebelumnya yang saling terpisah. Sejak didirikan, kinerja Bank Mandiri mengalami perbaikan terlihat dari laba yang terus meningkat dari Rp1,18 triliun di tahun 2000 hingga mencapai Rp5,3 triliun di tahun 2004. Bank Mandiri melakukan penawaran saham perdana pada 14 Juli 2003 sebesar 20% atau ekuivalen dengan 4 miliar lembar saham.

Di tahun 2005 Bank Mandiri memutuskan menjadi bank yang unggul di wilayah regional yang direalisasikan dengan empat strategi utama yaitu, restrukturisasi organisasi, pengendalian NPL dan penanganan kredit macet, peningkatan pertumbuhan bisnis dalam berbagai segmen, dan pengembangan program aliansi.

Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

2.2 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan Bank Mandiri (persero)

2.2.1 Visi

Visi jangka panjang PT. Bank Mandiri tahun 2020 - 2024 adalah *“To Be Your Preferred Financial Partner.”*

2.2.2 Misi

Untuk mendukung visi, Misi Bank Mandiri yaitu Menyediakan Solusi Perbankan Digital Yang Handal dan Simple yang Menjadi Bagian Hidup Nasabah - *“Seamlessly integrate our financial products and services into our costumers’ lives by delivering simple, fast digital banking solutions.”*

1.2.3 Logo Perusahaan

Logo perusahaan merupakan identitas perusahaan yang memiliki makna berdasarkan visi dan misi perusahaan dan dapat menjadi ciri khas perusahaan serta dapat dibedakan dengan perusahaan lainnya.



Gambar 2.2 Logo Bank Mandiri

Sumber: Bank Mandiri (2021)

Arti dan makna logo adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan huruf kecil

Artinya, Bank Mandiri berupaya untuk ramah terhadap semua segmen bisnis yang memasuki serta menunjukkan keinginan yang besar untuk melayani dengan rendah hati.

2. Warna

Biru Tua : Memiliki arti rasa nyaman dan tenang. Warna ini biasa digunakan pada industri jasa. Selain itu, biru tua memiliki arti berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat dipercaya, kehormatan yang tinggi (*Trust, Integrity*).

Kuning Emas : Melambangkan logam mulia (emas) menunjukkan keagungan, kemuliaan, dan kekayaan.

3. Gelombang emas cair

Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan finansial di Asia. Lengkungan emas sebagai metamorfosa dari sifat *agile*, progresif, pandangan ke depan, *excellence*, fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinan yang akan datang.

1.2.4 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan adalah nilai, kepercayaan, dan keyakinan yang menjadi ciri perusahaan dan diikuti oleh anggota perusahaan.



Gambar 2.2 Core Value BUMN

Sumber: Kementerian BUMN (2020)

Mulai tahun 2020, Menteri BUMN, Erick Thohir, meluncurkan logo baru yang sekaligus menjadi symbol dari visi dan misi kementerian maupun seluruh BUMN dalam menatap era yang penuh tantangan sekaligus kesempatan. AKHLAK dijadikan sebagai bentuk penerapan kode etik dan perilaku dengan penjabaran sebagai berikut :

1. **Amanah**, artinya memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. **Kompeten**, artinya terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. **Harmonis**, artinya saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. **Loyal**, artinya berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. **Adaptif**, artinya terus berinovasi dan antusias dan menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. **Kolaboratif**, artinya membangun Kerjasama yang strategis.

1.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor pusat Bank Mandiri yaitu terletak di Jalan Jenderal Gatot Subroto Street Kav. 36-38, Jakarta 12190 Indonesia.

1.4 Tagline Bank Mandiri

Bank Mandiri memiliki tagline yang menarik yaitu, Terdepan, Terpercaya, Tumbuh Bersama Anda.

1.5 Produk dan Layanan Bank Mandiri

Bank Mandiri memiliki beragam produk dan layanan perbankan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan maupun bisnis. Berikut beberapa produk dan layanan yang dimiliki oleh Bank Mandiri :

2.5.1 Tabungan

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri perbankan, pastinya Bank Mandiri memiliki berbagai produk tabungan, diantaranya sebagai berikut:

1. Mandiri Tabungan

Mandiri Tabungan adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah bagi perorangan yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi finansial.

2. Tabunganku

Tabungan bagi individu yang berkebutuhan sederhana dan ringan yang diterbitkan bersama oleh perbankan Indonesia untuk mendorong budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Tabungan valas

Tabungan Valuta Asing adalah produk simpanan valuta asing untuk perorangan yang menawarkan manfaat, dan kemudahan dalam

bertransaksi serta investasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Mandiri Tabungan Valas tersedia dalam 8 jenis mata uang asing yaitu USD, JPY, EUR, SGD, AUD, CHF, GBP, dan HKD.

2.5.2 Pinjaman

Selain tabungan, Bank Mandiri juga menyediakan beragam produk pinjaman untuk nasabah, diantaranya sebagai berikut :

1. Kredit serbaguna mikro

Fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada nasabah perseorangan pegawai yang memiliki penghasilan tetap, pensiunan atau kepada target market tertentu untuk membiayai berbagai macam kebutuhannya.

2. Kredit kendaraan bermotor

Fasilitas pembiayaan kendaraan bermotor untuk nasabah perseorangan yang bekerjasama dengan Entitas Anak Bank Mandiri, yaitu Mandiri Tunas Finance dan Mandiri Utama Finance.

3. Kredit kepemilikan rumah

Kredit konsumtif yang diberikan oleh Bank kepada perorangan untuk pembelian rumah tinggal/rumah toko (ruko)/rumah kantor/rumah susun hunian dalam kondisi baru atau bekas. Beberapa kredit kepemilikan rumah yang disediakan oleh Bank Mandiri, diantaranya ada, Mandiri KPR Milenial, Mandiri KPR Take Over, Mandiri KPR Top Up, Mandiri KPR Multiguna, dan lainnya.

2.5.3 Kartu kredit

Bank Mandiri menyediakan beragam pilihan kartu kredit yang memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Kartu kredit tersebut dibagi berdasarkan manfaat, pangsa pasar, dan hobi nasabah, diantaranya :



Gambar 2.3 Kartu Kredit Bank Mandiri

Sumber: Annual Report Bank Mandiri (2021)

1. Travel

Kartu kredit yang menawarkan berbagai benefit untuk mendukung travelling nasabah. Mulai dari bertransaksi di luar negeri, pembelian tiket, hotel, dan benefit lainnya. Kartu kredit ini antara lain, Mandiri Kartu Kredit Skyz, Mandiri Kartu Kredit Precious, dan Mandiri Kartu Kredit Traveloka.

2. Otomotif

Kartu kredit yang menawarkan berbagai benefit untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari nasabah. Kartu kredit yang berhubungan dengan otomotif yaitu, Mandiri Kartu Kredit Pertamina.

3. Golf

Kartu kredit yang menawarkan berbagai benefit untuk memenuhi hobi golf nasabah. Kartu kredit ini diantaranya ada, Mandiri Golf Signature/ Platinum/Gold.

4. Lifestyle

Kartu kredit yang memberikan berbagai keuntungan guna mendukung gaya hidup nasabah, misalnya, untuk berbelanja, melakukan hobi, dan lain sebagainya. Kartu kredit ini diantaranya ada, Mandiri Kartu Kredit Signature, Mandiri Kartu Kredit Platinum, dan Mandiri Kartu Kredit Shopee.

5. Corporate

Kartu kredit yang memberikan berbagai keuntungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi perusahaan. Kartu kredit dalam kategori corporate yang dimiliki Bank Mandiri adalah Mandiri Kartu Kredit Corporate Card.

6. Prioritas

Kartu kredit yang memberikan penawaran khusus bagi nasabah prioritas misalnya, memberikan fasilitas layanan *priority travel & shopping experience*. Kartu kredit ini diantaranya, Mandiri Kartu Kredit Prioritas dan Mandiri Kartu Kredit World Elite.

2.5.4 Digital Banking

Digital Banking merupakan transformasi Bank Mandiri dalam bersaing dan menjawab kebutuhan nasabah. Bank Mandiri yakin bahwa teknologi digital akan terus mengubah pandangan perbankan Indonesia ke depan, seiring dengan arus migrasi aktivitas masyarakat ke saluran digital yang kian pesat.

1. New Livin by Mandiri



Gambar 2.4 Logo Livin by Mandiri

Sumber: Annual Report Bank Mandiri (2021)

Aplikasi yang menghadirkan layanan perbankan yang dapat diakses melalui smartphone. Aplikasi ini memberikan solusi dalam memenuhi kebutuhan finansial maupun non finansial misalnya, membuka rekening tabungan, top up e-wallet, transfer antar bank, Quick Pick, dan berbagai fitur lainnya.

2. Kopra by Mandiri



Gambar 2.5 Logo Kopra by Mandiri

Sumber: Annual Report Bank Mandiri (2021)

Aplikasi berbentuk layanan elektronik yang berbasis internet dimana dapat dimanfaatkan oleh nasabah perseroan dalam melakukan kegiatan keuangan seperti, bertransaksi dengan berbagai fitur mandiri cash management.

1.6 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin by Mandiri yang ada di Kota Semarang. Jumlah

responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 orang. Responden tentu saja memiliki latar belakang yang berbeda dilihat dari jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatn perbulan.

Responden menjawab kuesioner yang berisi tentang identitas responden serta tanggapan responden mengenai indikator-indikator variabel dalam penelitian ini (*E-Service Quality*, *E-Loyalty*, *E-Satisfaction*) yang dijelaskan dalam bentuk pernyataan. Tanggapan indikator dinilai oleh responden menggunakan skala likert (1-5).

2.6.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam pengumpulan data responden, jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian.

Tabel 2.1 Jenis kelamin responden

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|---------------|-----------|----------------|
| 1 | Perempuan | 95 | 79,17 |
| 2 | Laki-laki | 25 | 20,83 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.1 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden, berjenis kelamin perempuan berjumlah 95 nasabah (79,17%) dan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 nasabah (20,83%). Artinya,

mayoritas pengguna New Livin by Mandiri berjenis kelamin perempuan.

2.6.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kematangan seseorang mulai dari cara berpikir dan bertindak. Di Indonesia, tingkat kematangan usia seseorang ditandai dengan kepemilikan kartu identitas atau KTP. Syarat pengguna New Livin by Mandiri adalah memiliki tabungan ataupun kartu debit Bank Mandiri. Syarat memiliki tabungan dan kartu debit adalah memiliki kartu identitas penduduk artinya harus berusia minimal 17 tahun sehingga karakteristik jenis usia pada penelitian ini terbuka bagi seluruh nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin by Mandiri yang berusia lebih dari 17 tahun. Informasi tentang usia responden bertujuan untuk mengetahui rata-rata usia responden.

Tabel 2.2 Usia responden

| No | Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|---------------|-----------|----------------|
| 1 | 17 – 21 tahun | 85 | 70,8 |
| 2 | 22 – 26 tahun | 26 | 21,7 |
| 3 | 27 – 31 tahun | 3 | 2,5 |
| 4 | 32 – 36 tahun | 1 | 0,8 |
| 5 | ≥ 37 tahun | 5 | 4,2 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.2 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden, terdapat responden yang berusia 17 – 21 tahun berjumlah 83 nasabah (70,8%), responden yang berusia 22 – 26 tahun berjumlah 26 nasabah (21,7%), responden yang berusia 27 – 31 tahun berjumlah 3 nasabah (2,5%), responden yang berusia 32 – 36 tahun berjumlah 1 nasabah (0,8%), dan responden yang berusia ≥ 37 tahun berjumlah 5 nasabah (4,2%). Artinya, mayoritas nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin by Mandiri pada rentang usia 17 – 21 tahun.

2.6.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori pendidikan terakhir pada penelitian ini terbagi menjadi lima kategori yaitu, SD, SMP, SMA/SMK, Sarjana/Diploma, dan Pascasarjana (S2/S3). Berikut merupakan hasil kuesioner penelitian berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 2.3 Pendidikan terakhir

| No | Pendidikan terakhir | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|----------------------|-----------|----------------|
| 1 | SD | 0 | 0 |
| 2 | SMP | 0 | 0 |
| 3 | SMA/SMK | 84 | 70 |
| 4 | Diploma/Sarjana | 35 | 29,17 |
| 5 | Pascasarjana (S2/S3) | 1 | 0,83 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.3 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden, pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 84 nasabah (70%), Pendidikan terakhir diploma/sarjana berjumlah 35 nasabah (29,17%), dan pascasarjana (S2/S3) berjumlah 1 orang (0,83%).

2.6.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Kategori pekerjaan terakhir pada penelitian ini terbagi menjadi enam kategori yaitu, PNS/TNI/POLRI, pegawai swasta, wiraswasta, mahasiswa, pelajar (SMP/SMA), dan lainnya. Dengan mengetahui pekerjaan responden maka akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden.

Tabel 2.4 Pekerjaan Nasabah

| No | Pekerjaan | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|----------------------------|-----------|----------------|
| 1 | PNS/TNI/POLRI | 1 | 0,83 |
| 2 | Pegawai Swasta | 6 | 5 |
| 3 | Wiraswasta | 13 | 10,83 |
| 4 | Mahasiswa | 99 | 82,5 |
| 5 | Pelajar (SMA) | 0 | 0 |
| 6 | Lainnya (Ibu Rumah Tangga) | 1 | 0,83 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.4 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden,

PNS/TNI/POLRI berjumlah 1 nasabah (0,83%), pegawai swasta berjumlah 6 nasabah (5%), wiraswasta berjumlah 13 nasabah (10,83%), mahasiswa berjumlah 99 nasabah (82,5%), lainnya (ibu rumah tangga) berjumlah 1 orang (0,83%). Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar pengguna New Livin by Mandiri dalam penelitian ini adalah mahasiswa.

2.6.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan dalam waktu tertentu termasuk uang saku terutama bagi mahasiswa maupun pelajar yang belum berpenghasilan. Besarnya pendapatan berpengaruh pada daya beli dimana hal tersebut mempengaruhi transaksi keuangan baik dalam pembelian barang maupun hal lainnya. Berikut merupakan hasil kuesioner penelitian berdasarkan pendapatan.

Tabel 2.5 Pendapatan perbulan

| No | Pendapatan perbulan | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|-------------------------------|-----------|----------------|
| 1 | ≤ Rp 1.000.000 | 47 | 39,12 |
| 2 | > Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 | 33 | 27,5 |
| 3 | > Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000 | 26 | 21,67 |
| 4 | > Rp 4.000.000 | 14 | 11,67 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.5 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden, nasabah Bank Mandiri yang berpendapatan \leq Rp 1.000.000 berjumlah 47 nasabah (39,12%), $>$ Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 berjumlah 33 orang (27,5%), $>$ Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000 berjumlah 26 nasabah (21,67%), sedangkan $>$ Rp 4.000.000 berjumlah 14 orang (11,67%). Dapat disimpulkan semua responden dengan pendapatan yang berbeda-beda sama rata menggunakan New Livin by Mandiri.

2.6.6 Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Membuka Aplikasi New Livin by Mandiri dalam Kurun Waktu Seminggu Terakhir

Dikarenakan penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2022, maka kategori intensitas membuka aplikasi New Livin by Mandiri dalam kurun waktu seminggu terakhir. Data jumlah intensitas membuka aplikasi yang dilakukan responden bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden membuka aplikasi New Livin by Mandiri baik dengan melakukan transaksi atau tidak dalam kurun waktu seminggu terakhir. Karakteristik terbagi menjadi tiga kategori yaitu, membuka aplikasi 1 kali, 2-5 kali, lebih dari 5 hari.

Tabel 2.6 Intensitas membuka aplikasi dalam seminggu terakhir

| No | Intensitas membuka aplikasi dalam seminggu terakhir | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|-----------------------------------------------------|-----------|----------------|
| 1 | 1 kali | 35 | 29,17 |
| 2 | 2-5 kali | 59 | 49,16 |
| 3 | >5 kali | 26 | 21,67 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan total responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.6 yang menunjukkan bahwa dari 120 responden, 35 nasabah (29,17%) membuka aplikasi 1 kali dalam seminggu terakhir, 59 nasabah (49,16%) membuka aplikasi 2-5 kali dalam seminggu terakhir, dan 26 nasabah (21,67%) membuka aplikasi lebih dari 5 kali dalam seminggu terakhir. Sebagian besar nasabah Bank Mandiri pengguna New Livin membuka aplikasi dalam seminggu terakhir kira-kira 2 – 5 kali dalam seminggu. Intensitas tersebut hanya intensitas saat membuka aplikasi, artinya, belum tentu nasabah melakukan transaksi.

2.6.7 Karakteristik Responden berdasarkan Penggunaan Aplikasi Digital Banking Bank lain

Kategori responden berdasarkan penggunaan aplikasi digital banking lain pada penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yakni, menggunakan aplikasi digital banking lain dan tidak menggunakan aplikasi digital banking lain.

Tabel 2.7 Penggunaan digital banking lain

| No | Penggunaan digital banking lain | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|----------------------------------------|------------------|-----------------------|
| 1 | Menggunakan digital banking lain | 83 | 69,17 |
| 2 | Tidak menggunakan digital banking lain | 37 | 30,83 |
| Total | | 120 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan responden, kategori ini terbagi seperti tabel 2.7 yaitu, responden yang menggunakan digital banking lain berjumlah 83 nasabah (69,17%) sementara responden yang tidak menggunakan digital banking bank lain berjumlah 37 nasabah (30,83%). Hal tersebut dapat diartikan bahwa masih banyak nasabah yang menaruh minat pada digital banking bank lain selain New Livin by Mandiri.