

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

“Referring to the strategic role and function for the development and the growth of modern industrial society, banking constitutes industry which must be maintained and is mostly heavily regulated industries.” artinya merujuk pada peran dan fungsi strategis bagi perkembangan dan pertumbuhan masyarakat industri modern, perbankan merupakan industri yang harus dipertahankan dan sebagian besar merupakan industri yang diatur secara ketat (Muhammad 2015, hlm.237). Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis di dalam perekonomian suatu negara. Lembaga keuangan bank bergerak dalam kegiatan perkreditan, dan berbagai jasa yang diberikan bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua faktor perekonomian. Perbankan adalah lembaga keuangan yang berorientasi bisnis melakukan berbagai transaksi. Transaksi perbankan yang utama adalah menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*) di samping itu transaksi perbankan lainnya dalam rangka mendukung kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana adalah memberikan jasa-jasa bank lainnya (*services*) (Trisadini dkk, 2017, hlm 1).

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang melakukan

berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat hingga saat ini adalah melakukan penyimpangan dana, investasi, pengiriman uang dari satu tempat ketempat lainnya. Bank merupakan lembaga yang mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara. Keberadaan bank tidak hanya sebagai tempat meminjam dan menyimpan uang tetapi masih banyak aktivitas keuangan yang sangat mendukung kelancaran dalam melakukan transaksi. Aktivitas ini tidak hanya pada aktivitas usaha tetapi banyak aktivitas layanan jasa yang diberikan oleh bank untuk melayani keperluan masyarakat (Ismail, 2010, hlm 1).

Hal ini dijelaskan dalam Al-Baqarah (2): (267) sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: " Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha kaya, Maha Terpuji "

Bank syariah yang merupakan salah satu bank yang memegang prinsip islam dalam mengelola bisnisnya. Penerapan prinsip islam tersebut menjadi pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional, namun begitu bank syariah tetap memenuhi prinsip universal. Bank syariah memiliki potensi dan peluang yang luar biasa besar. Pertumbuhan dari segi aset pun sudah membuktikan bahwa Bank Syariah merupakan model bank

yang sangat ideal untuk mendorong kemajuan perekonomian Negara. Dari segi kualitas pelayanan Bank Syariah harus mengejar ketinggalannya dari Bank Konvensional yang telah lebih awal berdiri, Bank saat ini juga harus perlu bertransformasi untuk memperkuat penggunaan teknologi digital untuk menjangkau masyarakat yang belum memperoleh akses layanan perbankan guna untuk menjadi lembaga perbankan yang melayani seluruh lapisan masyarakat.

Bank syariah memberikan pelayanan kepada nasabah, pelayanan jasa ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas pelayanan jasa adalah aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari pelayanan jasa bank. Beberapa bank juga berusaha meningkatkan teknologi informasi agar bisa memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank saat ini adalah kecepatan dan keakuratan. Bank syariah saat ini berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. (Andrianto,dkk, hlm 30)

Dalam kualitas pelayanan bank terdapat beberapa keluhan pelayanan yang terkesan kurang profesional yang banyak dilontarkan masyarakat. Hal semacam itu tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan kualitas pelayanan sebagai motivator untuk menggunakan perbankan. Kualitas pelayanan memiliki peranan penting bagi bisnis jasa perbankan dalam upaya merebut nasabah

di pasar. Dengan makin banyaknya bank konvensional dan bank syariah maka setiap juga harus berupaya penuh dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar para nasabah loyal dalam menggunakan jasa perbankan yang telah ditawarkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan adalah melakukan brand image (Oscarius, 2021, hlm 6) .

Brand image dapat didefinisikan sebagai salah satu persepsi yang muncul di benak konsumen etika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Sebagaimana yang dikatakan American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2008), merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dengan produk pesaing (Anang, 2019, hlm 60). Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan dengan menjaga brand atau citra dari perusahaan ini dalam brand perusahaan merupakan pemikiran nasabah tentang brand atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman nasabah masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kepercayaan yang dicapai perusahaan menurut persepsi nasabah demi menciptakan suatu image perusahaan yang baik. Untuk menciptakan suatu image yang baik dapat dilakukan dengan membantu nasabah melihat keistimewaan perusahaan baik dari segi produk maupun jasa dan apapun yang mendukung perusahaan tersebut. Hal

tersebut akan mendorong image perusahaan serta pelayanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi pada bank syariah.

Dalam kehidupan sehari-hari, orang pasti melakukan transaksi baik secara besar, sedang, maupun secara kecil. Dalam meningkatkan minat nasabah dalam melakukan transaksi maka harus menarik nasabah dengan sebaik-baik mungkin. Bank juga mengadakan sosialisasi kemasyarakatan awam tentang produk-produk bank tersebut, memberikan feedback kepada nasabah yang bertransaksi di bank agar nasabah menjadi senang melakukan transaksi di bank tersebut. Faktor terpenting dalam memilih bank adalah kemudahan transaksi. Transaksi perbankan dapat terjadi dimana saja dan kapan saja. Bank yang layak digunakan adalah bank yang memiliki produk yang dapat memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi tersebut.

Bank Sinarmas Syariah merupakan suatu tempat untuk nasabah melakukan transaksi karena pelayanan yang begitu ramah kepada nasabahnya yang memiliki keperluan untuk bertransaksi. Pada bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin ini cukup banyak diminati untuk nasabah yang melakukan transaksi terbukti setiap tahunnya jumlah nasabah selalu meningkat. Selain itu Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin merupakan unit usaha dari PT Bank Sinarmas Syariah yang menjalankan dan melayani sesuai dengan prinsip syariah. Bank Sinarmas Syariah juga seperti yang lainnya yang memiliki nilai-nilai yang wajib diketahui, dipahami, dan dijalankan. Bank Sinarmas Syariah juga memiliki banyak

produk seperti bank syariah yang lainnya yang banyak diminati masyarakat luas tidak hanya agama islam tetapi banyak masyarakat non muslim yang tertarik menjadi nasabah di bank sinarmas syariah ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin diketahui bahwa nasabah yang melakukan transaksi di bank ini berjumlah 4.475 nasabah. Bank ini memiliki kedekatan tersendiri dengan nasabah secara langsung dan juga langsung turun kelapangan untuk memudahkan nasabah yang ingin melakukan transaksi di bank ini. Juga dari segi kualitas pelayanan sangat berkaitan dengan brand image , jika pelayanan kepada nasabah baik maka image bank akan baik dan juga sebaliknya, karena sangat berpengaruh kepada minat nasabah melakukan transaksi di bank tersebut. Bagi nasabah yang melakukan transaksi pada bank sinarmas syariah kcs Banjarmasin tentu saja memberikan pemahaman tersendiri atas pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah pada bank ini. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian lebih mendalam dan mengkaji permasalahan tersebut selanjutnya dirumuskan dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PADA BANK SINARMAS SYARIAH KCS BANJARMASIN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang peneliti ambil adalah

1. Apakah kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi pada Bank Sinarmas syariah kcs Banjarmasin?
2. Apakah kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi pada Bank Sinarmas syariah kcs Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Pokok permasalahan yang dirumuskan diatas, dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi pada Bank Sinarmas syariah kcs Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi pada Bank Sinarmas syariah kcs Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Secara singkat kegunaan penelitian ini adalah:

a. Bagi Sinarmas Syariah KCS Banjarmasin

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin yang sesuai dengan prinsip syariah serta dijadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi penulis dan pembaca

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami pengertian yang dimaksud dalam penelitian ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional yang perlu didefinisikan dalam ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen atau nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabahnya. Kualitas pelayanan yang baik dapat diberikan pada saat proses pembelian produk, hingga setelah keputusan pembelian. Kualitas pelayanan dapat memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena mendapatkan kualitas pelayanan yang sesuai harapan, konsumen akan mendapatkan kepuasan dan selanjutnya konsumen nasabah tersebut menjadikan konsumen/nasabah loyal sehingga memberikan keuntungan kepada perusahaan (Ririn dan Fikri, 2020, hlm 66).
2. Brand Image adalah representasi dari keseluruhan persepsi akan merek yang terbentuk dari informasi serta pengalaman serta masa lalu konsumen atau merek tertentu. Citra merek berhubungan dengan sikap, keyakinan serta preferensi akan merek tertentu. Suatu merek yang berhasil menciptakan citra positif dari konsumen akan lebih memungkinkan untuk mendorong konsumen melakukan pembelian (Rifyal dkk, 2020, hlm 88).

3. Kemudahan transaksi merupakan keringanan bagi nasabah melakukan transaksi. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana kemudahan transaksi yang dilakukan nasabah di bank sinarmas syariah kcp banjarmasin, yang di ukur dengan skala likert 1 untuk mewakili sangat tidak setuju sampai 5 untuk mewakili sangat setuju.
4. Minat nasabah adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen berpindah kesatu merek ke merek lainnya (Mita dan Mein, 2013, hlm 85).

F. Penelitian Terdahulu

1. Ahmad Taufiqur Rohman (2018). Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung. Hasil penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan data dengan menggunakan random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah; (2) kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung; (3) ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Pahlawan Tulungagung. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Taufiqur Rahman variabel

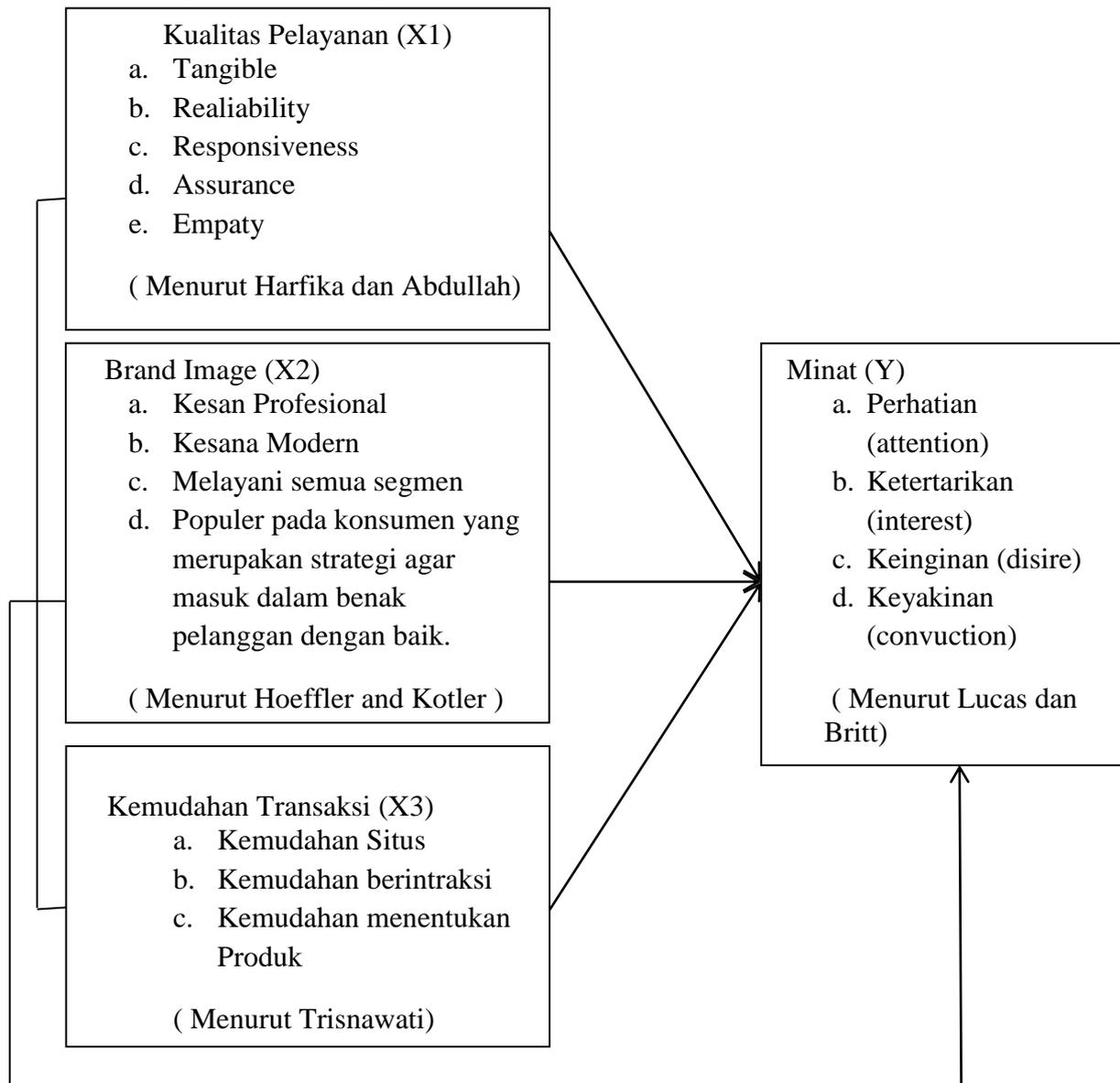
Independen X1 adalah Kualitas Pelayanan, X2 Kualitas Produk, X3 Citra merek, serta variabel dependen Y yang digunakan adalah keputusan Menjadi Nasabah. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen X1 Kualitas Pelayanan, X2 brand Image, X3 Kemudahan Transaksi serta variabel Y nya adalah Minat nasabah dalam melakukan transaksi.

2. Muhammad Arief Firmasyah Syarifuddin (2020). Judul: Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makasar. Hasil penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Non probability sampel (Purposive Sampling). Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dilapangan. Hasil ini menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (3) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. (4) Pengaruh, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arief Firmasyah Syarifuddin variabel Independen X1

adalah Pengetahuan, X2 Kualitas produk, X3 Promosi, serta variabel dependen Y yang digunakan adalah keputusan nasabah menabung. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen X1 Kualitas Pelayanan, X2 brand Image, X3 Kemudahan Transaksi serta variabel Y nya adalah Minat nasabah dalam melakukan transaksi.

G. Kerangka Pemikiran

Dengan kajian teori ini yang sudah dibahas selanjutnya akan diuraikan kerangka berpikir mengenai pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah pada bank Sinarmas Syariah KCS Banjarmasin.



Gambar 1 1

Pengaruh Variabel X1, X2, X3 Terhadap Y

H. Hipotesis Penelitian

Data yang sudah didapatkan kemudian diuji untuk memeriksa apakah data yang diuji tersebut sesuai dengan hipotesis yang di ajukan di awal. Dalam analisis statistik, kita membuat pernyataan, menyatakan hipotesis, mengumpulkan data, kemudian menguji data tersebut.

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. H_0 = Kualitas Pelayanan, Brand image, dan kemudahan bertransaksi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

H_a = Kualitas Pelayanan, Brand image, dan kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah.

2. H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

H_a = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

3. H_0 = Brand Image tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

H_a = Brand Image berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

4. H_0 = Kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.
5. H_a = Kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan skripsi melalui uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab 1 merupakan pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan landasan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Yakni Definisi Kualitas Pelayanan, Definisi Brand Image, Definisi Kemudahan Transaksi, dan Definisi Minat Nasabah.

Bab III merupakan metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deksriptik tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, variabel penelitian, dan metode analisis.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan, brand image, dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah non

muslim dalam melakukan transaksi di Bank Sinarmas Syariah Kcs Banjarmasin.

Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan serta saran atas dasar penelitian.