

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pandemi Covid-19 pada saat ini, tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat saja, tetapi juga sangat berdampak pada kondisi perekonomian. Wabah Covid-19 ini sangat berdampak pada situasi ekonomi dunia termasuk Indonesia. Salah satu sektor yang paling terdampak akibat dari adanya pandemi Covid-19 adalah sektor perbankan. Oleh karena itu pemerintah Indonesia telah membuat suatu terobosan baru pada sektor lembaga keuangan khususnya lembaga perbankan syariah. Pemerintah telah merencanakan suatu langkah melalui merger bank syariah sejak tanggal 12 Oktober 2020 yang dimulai dengan adanya proses penggabungan antara tiga Bank Syariah BUMN. Langkah ini diambil oleh pemerintah karena melihat bahwa terobosan dari perbankan syariah di Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan bank konvensional khususnya pada saat pandemi Covid-19 saat ini. Hingga akhirnya pada 1 Februari 2021 Pemerintah melalui Presiden Joko Widodo mengumumkan secara resmi beroperasinya Bank Syariah Indonesia atau disebut dengan BSI yang diharapkan mampu menangkap peluang guna peningkatan perekonomian di Indonesia. Adapun bank syariah yang bergabung menjadi satu yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). Mergernya tiga bank syariah ini, diharapkan agar lebih baik dari segi penggalangan dana,

operasional dan pelayanan (Alhusain, 2021, hlm. 20). Pemerintah merespon perkembangan ini dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan dalam meningkatkan sektor perekonomian negara. Munculnya bank hasil merger menimbulkan persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan. Hal ini menuntut agar setiap bank lebih memperhatikan strategi marketingnya untuk menarik minat masyarakat dan mempertahankan nasabah lama.

Minat merupakan perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang itu tertarik kepada sesuatu. Minat nasabah merupakan keinginan nasabah untuk membeli atau memakai jasa perbankan sesuai dengan keinginannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembeli sangat berhubungan erat dengan perasaan dan emosi seseorang. Apabila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang dan jasa, maka hal ini akan memperkuat minat membeli (Putra, 2020, hlm. 48).

Oleh karena itu, untuk menarik minat nasabah hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Nasabah yang merasa senang dan puas akan barang atau jasa yang telah dibelinya akan berpikir untuk memilih dan membeli kembali barang atau jasa tersebut. Untuk menjaga kepuasan nasabah tersebut, maka harus selalu ada pembenahan kembali berupa peningkatan kualitas jasa perbankan, baik itu dari segi kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi dimana harus sesuai dengan kebutuhan nasabah, bahkan harus melebihi harapan nasabah.

Nasabah yang merasa puas dengan jasa perbankan akan cenderung membuat keputusan pembelian ulang. Keputusan nasabah merupakan bagian

akhir dari sebuah pertanyaan untuk mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan (Wahyuni dan Rochmawati, 2021, hlm. 3).

Pentingnya faktor-faktor pendukung untuk menarik minat nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa perbankan adalah faktor kualitas layanan. Kualitas layanan adalah suatu penilaian sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan nasabah. Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan. Kualitas pelayanan yang baik dan memenuhi harapan dapat membangun loyalitas dari nasabah. Hal ini dikarenakan kualitas layanan yang baik mampu menahan nasabah untuk tetap melanjutkan pilihannya menggunakan barang ataupun jasa di masa yang akan datang. Selain itu juga, kualitas layanan yang baik juga membuat nasabah merekomendasikan kepada calon nasabah lain untuk menggunakan jasa perbankan tersebut. Menurut Wong dan Sohal (2003) semakin terpenuhi harapan nasabah selama penggunaan layanan, maka semakin tinggi probabilitas bahwa nasabah akan mengulangi pembelian (Wahyoedi, 2020, hlm. 54).

Selain faktor kualitas pelayanan, fasilitas juga berperan penting untuk menarik minat nasabah dalam memilih menggunakan jasa perbankan. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang diberikan maka nasabah akan merasa lebih nyaman dan puas melakukan transaksi di bank tersebut dan akan berdampak pada minat pembelian ulang. Sebaliknya jika fasilitas yang disediakan kurang memadai maka hal tersebut juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa kurang

senang ataupun merasa kecewa terhadap bank tersebut (Oetama dan Sari, 2017, hlm. 60).

Faktor lokasi juga tidak kalah penting dari dua faktor diatas dalam menarik minat nasabah menggunakan jasa perbankan. Pemilihan lokasi oleh bank sangat penting dilakukan mengingat apabila dalam pemilihan lokasi yang tidak tepat, akan berakibat pada meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan serta akan berakibat berkurangnya minat masyarakat untuk berhubungan dengan lembaga perbankan (Ririn Wulandari dan Rusmahafi, 2020, hlm. 49).

Keputusan masyarakat menggunakan Bank Syariah Indonesia bank hasil merger pasti di pengaruhi beberapa faktor, mengingat bahwa nasabah mengharapkan kualitas jasa yang semakin baik dengan adanya penggabungan bank tersebut. Nasabah akan memberikan penilaian atas kualitas produk, layanan jasa, dan fasilitas serta lokasi bank yang bersangkutan sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan jasa perbankan tersebut. Beberapa penelitian mengatakan bahwa pelayanan jasa perbankan cukup berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, sebagaimana dalam penelitian Ahmad Abdilla Reza (Reza, 2017) dan penelitian yang dilakukan oleh Chusnul Chotimah (Chotimah, 2014), bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa perbankan. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut apakah kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi Bank Syariah Indonesia, bank hasil merger juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan

masyarakat Kota Banjarbaru memilih Bank Syariah Indonesia atau sebaliknya.

Dengan demikian, dalam penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Kota Banjarbaru dalam Memilih Bank

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat (Y) Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat (Y) Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat (Y) Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan

masyarakat (Y) Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya perbankan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan jasa perbankan, khususnya Bank Syariah Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan inspirasi kepada peneliti/pihak lainnya agar dapat meneliti permasalahan ini lebih jauh.

##### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam hal segi pelayanan jasa agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi agar loyalitas nasabah meningkat.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul penelitian ini, berikut definisi atau batasan ilmiah dari judul penelitian, yaitu:

##### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen yang berupa sikap atau tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain (Rudy

Haryanto, 2020, hlm. 26). Kualitas pelayanan yang di maksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan calon nasabah Bank Syariah Indonesia berupa jasa atau *service* yang disampaikan oleh BSI seperti kemudahan, kecepatan, kemampuan dan keramahan yang di tujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan konsumen.

## 2. Fasilitas

Fasilitas merupakan kelengkapan-kelengkapan fisik untuk menunjang kegiatan dan memberikan kemudahan kepada para konsumen (Oetama dan Sari, 2017, hlm. 60). Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sarana dan prasarana yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

## 3. Lokasi

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada konsumen (Kurniawan dan Soliha, 2022, hlm. 351). Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lokasi Bank Syariah Indonesia yang mudah dijangkau oleh nasabah dan calon nasabah yang akan memilih menggunakan bank tersebut.

## 4. Keputusan Nasabah

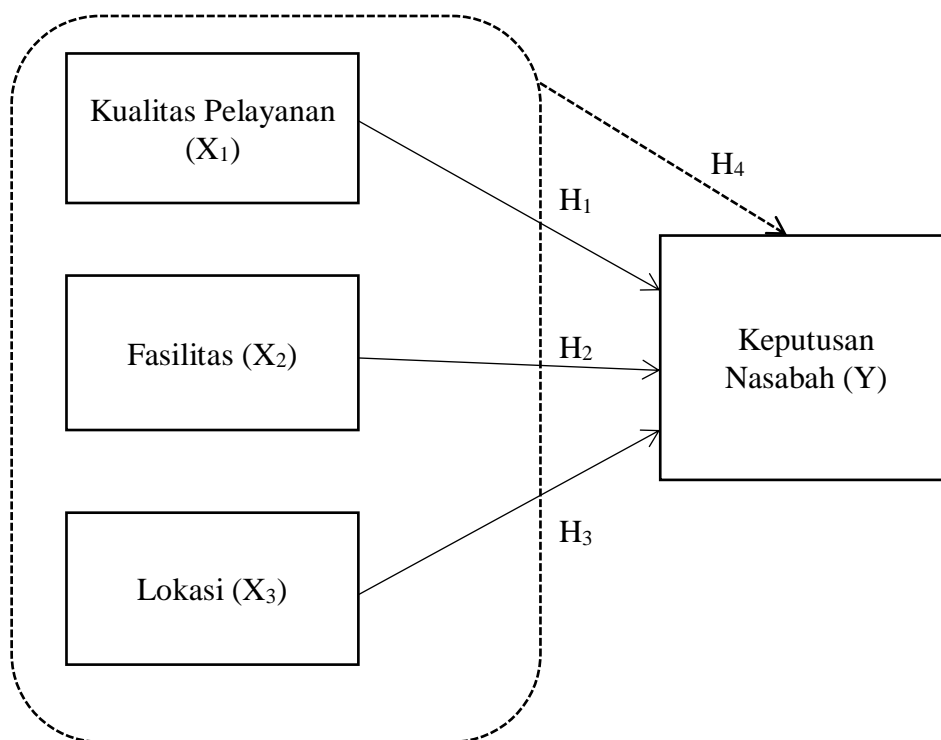
Keputusan nasabah merupakan bagian akhir dari suatu proses pemikiran mengenai suatu masalah guna menjawab sebuah pertanyaan untuk mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan

(Wahyuni dan Rochmawati, 2021, hlm. 3). Keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

## F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



### Keterangan:

-----> : Pengaruh Simultan

————> : Pengaruh Parsial



## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap suatu permasalahan dalam penelitian. Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini, yaitu:

1.  $H_0$ : Secara parsial kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

$H_1$ : Secara parsial kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

2.  $H_0$ : Secara parsial fasilitas ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

$H_1$ : Secara parsial fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

3.  $H_0$ : Secara parsial lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

$H_1$ : Secara parsial lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

4.  $H_0$ : Secara simultan kualitas pelayanan ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

$H_1$ : Secara simultan kualitas pelayanan ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ), dan lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) Kota Banjarbaru dalam memilih bank Syariah Indonesia.

## H. Penelitian Terdahulu

1. Menurut Ahmad Abdilla Reza (Reza, 2017), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank terhadap Minat Transaksi Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi pada Bank Syariah Mandiri Payment Point UIN Raden Intan Lampung). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang penerapan fasilitas dan pelayanan Bank Syariah Mandiri *Payment Point* UIN Raden Intan Lampung serta Pengaruhnya terhadap minat transaksi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di Bank Syariah. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, yaitu sama-sama membahas variabel independen fasilitas dan pelayanan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu mengenai lokasi, waktu, dan variabel dependen berupa keputusan masyarakat.
2. Menurut Gregorius Alvino (Alvino, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, fasilitas, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, fasilitas tidak berpengaruh

dengan terhadap ke[uasan konsumen, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas variabel kualitas pelayanan dan fasilitas.

3. Menurut Istna Mufidah (Istna, 2021), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank terhadap Minat Transaksi di BRI Syariah KC Purwokerto pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Tahun Akademik 2017/ 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap minat transaksi di BRI Syariah KC Purwokerto pada Mahasiswa IAIN Purwokerto tahun Akademik 2017/2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan bank berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas variabel independen fasilitas dan pelayanan. Adapun perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada waktu, lokasi penelitian, dan variabel dependennya berupa keputusan masyarakat.
4. Menurut Chusnul Chotimah (Chotimah, 2014), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap masyarakat memilih Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih Bank Syariah. Sedangkan produk dan promosi

tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih Bank Syariah. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas variabel independen pelayanan dan lokasi. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada lokasi, waktu, dan objek penelitian.

5. Menurut Eka Nopitasari (Nopitasari, 2017), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Sedangkan pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas variabel independen lokasi dan pelayanan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada lokasi, waktu, dan objek penelitian.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan berisi tentang isi bab yang akan di tulis dalam penelitian ini. Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan: halaman judul, halaman daftar isi. Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan penelitian terdahulu.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni mengenai teori kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi bank syariah dan teori dan definisi keputusan konsumen.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini menyajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan metode analisis data.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat Kota Banjarbaru dalam memilih Bank Syariah Indonesia.

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