

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, pesatnya perkembangan dunia dalam perbankan mengalami banyak perubahan yang cukup cepat dalam melayani nasabah. Di era penuh dengan tantangan zaman dan persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif, perbankan dituntut untuk mampu beradaptasi dalam menghadapi berbagai tuntutan zaman seiring dengan perkembangan yang terus pesat. Bisa dilihat dari perubahan kebiasaan masyarakat, kemajuan teknologi, dan persaingan yang ketat mampu mendorong bank syariah untuk terus menciptakan cara baru dalam memberikan pelayanan yang memudahkan, dimana kualitas layanan menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk membangun dan mempertahankan kepuasan nasabah. (Nurhaliza, Srisusilawati, & Yusup, 2025)

Pentingnya kualitas pelayanan dalam perbankan syariah bukan hanya sekadar strategi bisnis untuk memenangkan persaingan, melainkan juga merupakan implementasi dari amanat regulasi yang masih berlaku di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah dalam menjalankan kegiatannya wajib menerapkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian guna memberikan rasa aman dan keadilan bagi nasabah. Selain itu, standar ini diperluas dan dipertegas dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 6/POJK.07/2022 tentang Perlindungan Konsumen dan Masyarakat

terutama dalam Sektor Jasa Keuangan, yang menekankan bahwa setiap Lembaga Jasa Keuangan wajib menyediakan layanan yang transparan, andal, dan bertanggung jawab. . (Zakiy & Azzahroh, 2017)

Dalam penelitian ini, teori-teori yang digunakan meliputi kepuasan yang dikemukakan oleh Kolter dan Keller yang mana ia mengatakan kepuasan menjadi salah satu perbandingan antara harapan dan kinerja yang akan dirasakan. Dimana jika kinerja layanan itu memenuhi atau bahkan melampaui harapan maka pelanggan akan merasa puas. Selain itu, model kualitas layanan (SERVQUAL) juga diterapkan untuk menilai dimensi-dimensi seperti keandalan, responsif, jaminan, empati, serta bukti fisik yang berfungsi sebagai indikator penting dalam menilai kualitas layanan perbankan. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawan et al. (2025), yang menyatakan bahwa layanan jemput bola atau *pick up service* berpengaruh positif terhadap retensi nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Fitriani (2024) pada Bank Syariah Indonesia yang menunjukkan bahwa keandalan dan daya tanggap mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

Sebagai alternatif solusi dalam perkembangannya, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lembang terus berusaha meningkatkan pelayanan yang memberi kepuasan terhadap nasabah. Seiring meningkatnya perkembangan teknologi dan ekspektasi para nasabah, inovasi yang diusung ialah layanan *pick up service*, di mana layanan ini merupakan penjemputan setoran atau dokumen langsung ke lokasi nasabah oleh petugas bank. Layanan ini dirancang oleh BSI KCP Lembang untuk memberikan kemudahan bagi

nasabah, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau mobilitas tinggi agar tetap dapat melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang. (Susanti, 2023)

Kondisi tersebut sangat relevan dengan keadaan di Pasar Panorama Lembang, yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan tradisional masyarakat di Kabupaten Bandung Barat, dimana aktivitas jual beli berlangsung setiap harinya dengan intensitas tinggi dan mobilitas pedagang yang dinamis. Dengan banyaknya kesibukan, pedagang sangat membutuhkan layanan perbankan secara cepat dan efisien untuk menunjang kegiatan transaksi harian.

Bisa kita lihat perkembangan layanan *pick up service* BSI KCP Lembang ini dalam kurun waktu dua tahun.

Tabel 1. 1 pertumbuhan pengguna layanan pick up service BSI

Tahun	Jumlah Pengguna
2025	120 nasabah

Sumber: Data laporan hasil wawancara bersama ibu Fitri Iriani sebagai *Branch Manager* BSI KCP Lembang

Dari data diatas menunjukkan bahwa layanan *pick up service* BSI mengalami pertumbuhan yang positif. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan ini relevan dan diminati oleh nasabah terutama dengan layanan yang diberikan. Dengan terus melakukan evaluasi, peningkatan, dan inovasi, BSI dapat memaksimalkan potensi layanan ini untuk terus mampu meningkatkan kepuasan nasabah terutama dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat, profesional dan memperkuat posisinya di pasar perbankan syariah.

Dalam wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Dita Murcita Sari selaku Branch Operation & Service Manager di BSI KCP Lembang, layanan *Pick Up Service* ini menjadi penting mengingat karakteristik nasabah pasar yang memiliki keterbatasan waktu untuk mengunjungi kantor bank karena kesibukan berdagang. Kehadiran layanan ini memberikan dampak positif yang dirasakan oleh nasabah seperti setoran tabungan yang lebih cepat dan meminimalisir risiko membawa uang di keramaian. Bisa dilihat dari data internal, layanan pick up service BSI KCP Lembang ini mengalami pertumbuhan yang positif dengan jumlah pengguna sebanyak 120 nasabah aktif pada tahun 2025.

Meskipun layanan *pick up service* sudah banyak diterapkan untuk memberikan kemudahan, pada praktiknya ternyata masih banyak nasabah di wilayah Lembang yang mengalami kendala dalam mengakses layanan secara optimal. Terdapat kesenjangan antara harapan pelayanan dengan realita di lapangan, di mana nasabah seringkali mengeluhkan lambatnya jemput tabungan oleh petugas dan kurangnya jumlah SDM yang bertugas sehingga menyebabkan keterlambatan pengambilan tabungan. Selain itu, karakteristik spesifik dari 120 nasabah aktif pengguna layanan jemput bola di pasar ini sangat bergantung pada tingkat kepercayaan terhadap petugas, di mana proses transaksi yang masih menggunakan sistem pencatatan manual sangat memengaruhi persepsi jaminan dan kepuasan mereka. (Sinollah & Masruroh, 2019)

Akan tetapi, sejauh ini efektivitas operasional tersebut masih perlu dievaluasi, karena belum diketahui sejauh mana dimensi pelayanan pada *pick*

pick up service ini (terutama dengan adanya sistem manual di tengah kesibukan pasar) mampu memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa teori, dukungan data, dan fakta permasalahan dari uraian di atas, peneliti akan menelaah dan menganalisis secara empiris sejauh mana tingkat kepuasan nasabah di Pasar Panorama merespons layanan *pick up service* ini. Sehingga, peneliti tertarik mengambil judul penelitian dengan "Pengaruh Kualitas Layanan *Pick Up Service* BSI KCP Lembang Terhadap Kepuasan Nasabah di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat".

B. Identifikasi Permasalahan

1. Harapan nasabah terhadap layanan *pick up service* belum terpenuhi sepenuhnya. sehingga Meskipun layanan ini ditujukan untuk memberikan kemudahan, masih terdapat keluhan terkait ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan kesiapan petugas yang membuat kualitas layanan belum ideal.
2. Pemahaman nasabah mengenai prosedur *Pick Up Service* masih terbatas, sehingga masih Banyak nasabah belum mengetahui sepenuhnya manfaat, alur, serta cara menggunakan layanan, sehingga menimbulkan kebingungan dan mempengaruhi kepuasan mereka.
3. Beberapa dimensi kualitas layanan *SERVQUAL* belum berjalan secara maksimal. Hal ini meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diduga masih memiliki kelemahan, seperti fasilitas kurang memadai, respon lambat, atau komunikasi petugas yang kurang, sehingga menurunkan persepsi kualitas layanan.
4. Pengalaman nasabah terhadap layanan masih tidak konsisten dengan baik,

ada nasabah yang menerima pelayanan bagus, sementara lainnya mengalami kendala, sehingga memunculkan perbedaan persepsi mengenai mutu *Pick Up Service*.

5. Sumber daya operasional layanan dinilai belum optimal seperti SDM dan sistem penjadwalan yang belum ideal berpotensi menghambat kelancaran pelayanan dan berdampak pada kepuasan nasabah

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada layanan *Pick Up Service* yang diselenggarakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bandung Lembang. Penelitian tidak mencakup layanan lain seperti *teller*, *customer service*, *mobile banking*, maupun layanan digital. Pembatasan ini diperlukan karena setiap jenis layanan memiliki karakteristik, SOP, serta indikator kualitas yang berbeda sehingga berpotensi membuat penelitian menjadi tidak fokus jika disatukan dalam satu kajian.
2. Populasi penelitian dibatasi pada nasabah pengguna layanan *Pick Up Service* yang berasal dari lingkungan Pasar Panorama Lembang. Pemilihan pedagang pasar sebagai responden dilakukan karena kelompok ini merupakan pengguna paling dominan dari layanan *Pick Up Service*, mengingat aktivitas transaksi mereka berlangsung cepat, padat, dan membutuhkan layanan yang efisien. Penelitian tidak mencakup nasabah umum di luar area pasar.
3. Variabel dependen dibatasi pada kepuasan nasabah (Y), tanpa menilai loyalitas, kepercayaan, atau niat menggunakan kembali layanan. Kepuasan

dipilih karena merupakan variabel dasar dalam evaluasi kualitas layanan dan menjadi indikator yang paling mudah diukur menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner.

4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner berskala Likert. Penelitian tidak melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Data yang dikumpulkan sepenuhnya berupa data angka yang dapat dianalisis menggunakan teknik statistik seperti regresi linier berganda.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan diatas dapat dikemukakan terkait beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Seberapa Besar pengaruh dimensi kualitas layanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan Pick Up Service BSI KCP Lembang di Pasar Panorama Lembang?
2. pengaruh kualitas layanan Pick Up Service secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan Pick Up Service BSI KCP Lembang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan Pick Up Service secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Pasar Panorama Lembang Kabupaten Bandung Barat.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan , memperluas suatu wawasan yang bermanfaat bagi semua pihak serta dapat membantu memberikan gambaran dan menambah referensi Bagi peneliti lain guna mengetahui langsung terkait layanan *pick up service* di BSI KCP Lembang serta dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori-teori pemasaran jasa dan perilaku konsumen, terutama teori kualitas layanan (*SERVQUAL*) dan kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kolter dan Keller, dalam konteks perbankan syariah.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:
 - a. BSI: Menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan *Pick Up Service* berdasarkan persepsi dan kepuasan nasabah
 - b. Nasabah: Memberikan dampak peningkatan mutu pelayanan sehingga nasabah mendapatkan layanan yang lebih nyaman, cepat, dan terpercaya.
 - c. Peneliti Lain: Menjadi acuan metodologis dan referensi untuk penelitian sejenis mengenai kualitas layanan dan kepuasan nasabah

G. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	Apr 2026	Mei 2026	Jun 2026
1	Penyusunan Proposal								
2	Sidang Proposal Skripsi								
3	Revisi Sidang Proposal								
4	Penelitian								
5	Pengolahan Data dan Bimbingan								
	Sidang Penelitian								
	Revisi								

H. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori, hasil penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berpikir, meliputi konsep kualitas layanan, *pick up service*, teori kepuasan, dan dimensi SERVQUAL untuk mengukur kepuasan nasabah.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil temuan penelitian yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, analisis data, serta pembahasan yang dikaitkan dengan teori-teori yang relevan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan temuan penelitian.