

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hampir semua bidang dalam kehidupan termasuk sektor ekonomi mengalami pelemahan akibat pandemi covid-19. Kondisi perekonomian di Indonesia sejak ditetapkannya wabah virus corona sebagai pandemi global, menjadikan banyak pekerja yang terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) massal, bagi pekerja kantor dan non kantor dianjurkan untuk bekerja dari rumah (*Work From Home*) agar meminimalkan penyebaran covid-19. Selain itu ada kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah berupa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Hal ini menjadikan beberapa faktor penyebab melemahnya perekonomian.

Kerugian diakibatkan oleh penyebaran covid-19 semakin dirasakan oleh semua sektor, sehingga munculah perubahan kebijakan dari pemerintah dengan kelonggaran PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Masyarakat diperbolehkan keluar untuk bekerja, asalkan tetap jaga jarak dan mematuhi protokol kesehatan. Strategi kebijakan ini dilakukan untuk semua pekerja baik pedagang, pengusaha, wiraswasta, maupun karyawan agar tetap produktif dan dapat bekerja secara optimal.

Begitu pula dalam bidang perbankan, di era new normal bank harus mampu menggaet kembali nasabah-nasabah dengan memberikan fasilitas dan pelayanan

yang nyaman dan aman, seperti menyediakan tempat cuci tangan, handsanitizer, cek suhu badan, dan tempat duduk dengan jaga jarak. Sehingga fasilitas tersebut dapat menimbulkan kepuasan dari nasabah di era new normal saat ini.

Menurut Senior Business Analyst Markplus Andi Magie Fitrahnurlia mengatakan, dalam hal pelayanan komunikasi via online sebelum covid- 19 mencapai 60% responden, namun di masa pandemi menurun menjadi 53%. Masih ada ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah dalam hal pelayanan untuk memenuhi kepuasan tetapi belum sepenuhnya terpenuhi oleh pihak bank. Nasabah berharap mereka bisa membuka akun perbankan secara digital, termasuk juga dalam pengajuan kredit. Sehingga perbankan dituntut untuk terus meningkatkan koneksi dengan nasabah terutama secara digital atau via daring agar nasabah tetap bisa mengakses fitur-fitur perbankan dari rumah sehingga nasabah tidak perlu datang langsung ke bank dalam kondisi apapun terutama saat pandemi seperti ini. Hal ini dapat menjadi acuan dalam memenuhi kepuasan nasabah.¹

Menurut Philip Kotler kepuasan nasabah terhadap suatu produk merupakan suatu kesenangan atau kekecewaan seseorang yang berasal dari perbandingan atau ekspektasi yang dibayangkan terhadap kinerja atau hasil suatu produk. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu kualitas produk, kualitas layanan atau jasa, emosi, harga dan biaya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi kepuasan dari nasabah, selain itu, kualitas pelayan juga terdiri dari wujud fisik yakni pelayanan secara langsung, empati, dapat diandalkan, dan daya tanggap ketika nasabah mengalami masalah.

¹ M Richard, "Interaksi Nasabah dan bank Turun di Masa Pandemi", <https://finansial.bisnis.com/read/20200602/90/1247529/interaksi-nasabah-bank-turun-di-masa-pandemi> diakses pada 27 Mei 2021.

Terdapat tiga faktor variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu faktor kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi. Yang pertama adalah kualitas pelayanan yang mempunyai hubungan sangat erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perbankan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka.²

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan layanan yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas mereka akan melakukan transaksi di tempat yang sama sehingga perusahaan akan diberikan kepercayaan dalam mengelola dananya.³ Semakin berkembangnya teknologi, kualitas pelayanan makin meningkat dan persiapan pada usaha jasa akan semakin kompleks terutama dibidang perbankan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.

Dalam industri jasa khususnya perbankan yang membedakan antara suatu bank dengan bank lain adalah pelayanannya. Ciri khas pelayanan yang disediakan

² Untung Sriwidodo dan Rully Tri Indriastuti, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah" *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 10 No. 2, 2010, hal. 167.

³ Saenewati Oetama dan Desy Herlina sari, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) Tbk di Sampit" *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1, 2017, hal. 59.

oleh setiap bank berbeda-beda. Pada masa pandemi seperti saat ini pihak perbankan harus melakukan pelayanan sesuai anjuran dari protokol kesehatan dalam berinteraksi dengan nasabah. Seperti jaga jarak sehingga antara pegawai bank Muamalat Indonesia Tbk KC Kediri dengan nasabah tidak melakukan kontak fisik secara langsung, selain itu diwajibkan untuk menggunakan masker atau face shield ketika berinteraksi untuk meminimalkan penyebaran covid-19.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi dari tingkat kepuasan nasabah terletak pada penyediaan fasilitas. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa terutama dalam bidang perbankan, fasilitas tersebut bisa meliputi desain interior dan eksterior serta kebersihan dan fasilitas lain untuk menunjang kenyamanan dalam bertransaksi. Yang termasuk fasilitas bisa berupa gedung, perlengkapan, benda-benda, peralatan, dan ruangan. Fungsi dari disediakannya fasilitas oleh pihak penyedia jasa adalah agar dapat dipakai dan dinikmati oleh nasabah. Sehingga nasabah akan merasa nyaman ketika mendatangi dan bertransaksi pada bank tersebut.

Dalam hal ini fasilitas yang diberikan oleh bank merupakan salah satu ukuran dari kepuasan nasabah. Menurut Schnars pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantara hubungan antara perusahaan dan pelanggan (bank dengan nasabah) menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan

membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan begitupun dalam bidang perbankan.⁴

Selain dari pelayanan dan fasilitas, tingkat promosi dalam memasarkan produk juga berpengaruh terhadap kepuasan dari nasabah maupun calon nasabah. Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan. Untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan didukung oleh kegiatan promosi. Menurut Indriyo kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank merupakan sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki bank kepada nasabah, sehingga nasabah mengenal lebih baik produk- produk yang ditawarkan bank. Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran.⁵

Supaya bank dapat berhasil di tengah persaingan yang ketat, maka bank harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut dapat berhasil apabila melakukan hubungan pemasaran dengan nasabah, sehingga bisa langsung mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terkait produk jasa tersebut. Dalam hal ini promosi juga mempunyai pengaruh

⁴ Ninik Sriyani dan Achmad Sukma Hidayat, "Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center", *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, Vol. 7, 2017, hal. 31.

⁵ Tri Astuti dan R Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah", *Jurnal Nominal*, Vol. 11, No.1, 2013, hal. 185.

terhadap kepuasan nasabah, karena dari media promosi maka akan mendapatkan informasi baru yang sesuai dengan kebutuhan dari nasabah.

Bank Muamalat Indonesia Tbk. adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Bank Muamalat didirikan pada 1 November 1991 yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia dan Pemerintah. Bank Muamalat merupakan salah satu bank yang menyediakan pelayanan, fasilitas, dan promosi yang sesuai dengan kepuasan nasabah dan terfokus pada semua segmen di masyarakat, dengan hadirnya nasabah yang memiliki kepentingan berbeda-beda menunjukkan bahwa Bank Muamalat memiliki kapabilitas yang cukup tinggi sebagai bank ritel modern dengan pelayanan finansial sesuai kebutuhan nasabah terutama di masa pandemi. Kondisi Bank Muamalat Indonesia pada masa pandemi covid-19 cukup stabil. Namun untuk pelayanan di jam kerja kantor sedikit ada perubahan, yang awalnya pukul 07.30 WIB sampai 15.30 WIB, diganti menjadi pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Kepuasan dari nasabah merupakan tingkat akhir dari pemanfaatan fasilitas, karena hal ini disesuaikan dengan harapan yang telah ditargetkan oleh pihak perbankan. Kepuasan nasabah dapat dikatakan merupakan titik penting dari suatu usaha oleh perusahaan dibidang jasa. Hal ini yang menjadi tujuan dari Bank Muamalat dimana nasabah merasa ekspektasi mereka terhadap semua fasilitas atau pelayanan dapat terpenuhi dengan baik. Fasilitas wajib untuk menghadapi pandemi covid-19 di era New Normal seperti dengan anjuran protokol kesehatan juga disediakan, yakni dengan cek suhu badan, penyediaan handsanitizer atau

tempat cuci tangan, pembatasan nasabah yang diperbolehkan masuk kantor (sistem gantian) dan jaga jarak.

Kebijakan yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia terkait dengan kepuasan nasabah di masa pandemi covid-19 yakni dengan memberikan fasilitas berupa kemudahan pembukaan rekening baru bagi nasabah tanpa harus datang ke kantor cabang. Nasabah cukup menggunakan aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) untuk membuka rekening tabungan dan deposito, serta untuk mendukung anjuran pemerintah untuk tidak keluar rumah kecuali penting dan mendesak. Bank Muamalat juga telah menaikkan batas limit transaksi per hari melalui Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) dan Internet Banking selama masa pandemi covid-19 sejak 06 April 2020.⁶

Fasilitas yang disediakan oleh kantor Bank Muamalat Indonesia sendiri sudah cukup memenuhi standart protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Nasabah diberikan kemudahan dengan pembukaan rekening dari rumah hanya dengan mengakses link yang telah disediakan. Nasabah maupun calon nasabah dapat mengakses pada aplikasi Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) yang bisa di unduh melalui AppStore maupun PlayStore, Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) juga dilengkapi dengan keamanan data nasabah. Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) adalah aplikasi layanan *mobile banking* Bank Muamalat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh pengguna baik nasabah maupun calon nasabah. Fitur-fitur yang terdapat pada Muamalat DIN

⁶ Kabar Finansial Perbankan, Siasati Pandemi Covid-19 Bank Muamalat Luncurkan Priority Center Via Digital <https://www.wartaekonomi.co.id/read282606/siasati-pandemi-covid-19-bank-muamalat-luncurkan-priority-center-via-digital> diakses pada 17 Oktober 2020.

(*Digital Islamic Network*) sendiri berupa fitur finansial yakni dimana nasabah dapat bertransaksi tanpa harus datang ke bank. Kedua ada fitur non finansial yaitu fitur yang dilengkapi dengan informasi produk dan layanan yang tersedia di Bank Muamalat Indonesia.

Pada tahun 2021 disaat pandemi, bank dituntut untuk lebih sigap dalam menjalankan aktifitasnya salah satunya adalah promosi. Seperti Bank Muamalat Indonesia KC Kediri yang telah memaksimalkan penggunaan teknologi untuk melakukan penawaran dan promosi secara daring serta memaksimalkan layanan perbankan digital seperti pembayaran atau transfer melalui aplikasi mobile. Promosi yang dilakukan baik berupa penjelasan secara daring ataupun dengan media iklan akan menambah tingkat kepuasan dari nasabah.

Selama pandemi covid-19 Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri menggunakan sarana promosi dengan sistem *Effective Phone Selling*, program tersebut diberlakukan untuk customer service, RM (*Relationship Manager*) Funding, BDM Funding, dan Sub branch manager untuk memperkenalkan produk atau layanan dari bank Muamalat Indonesia. Sistem ini merupakan pengenalan produk atau layanan kepada nasabah maupun calon nasabah yang dilakukan melalui sistem online baik itu lewat jalur telepon, SMS, maupun WhatsApp.

Adanya sistem *Effective Phone Selling* ini menurut RM Funding (*Relationship Manager*) terdapat kelebihan dan kekurangan di dalamnya. Kelebihan dari penggunaan *Effective Phone Selling* adalah memudahkan pengenalan produk menggunakan media online sehingga dapat dijangkau kapanpun dan dimanapun. Kemudian kekurangannya yaitu dalam memasarkan dan

memperkenalkan produk dan layanan lebih mudah dilakukan secara tatap muka lantaran bisa lebih detail dan terperinci. Di sisi lain dapat langsung closing, sedangkan cara penyampaian dari pengenalan atau pemasaran secara online cukup terbatas serta banyak dari para nasabah maupun calon nasabah masih belum tahun-menahu terkait dunia perbankan syariah.⁷ Sasaran promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia sebelum masa pandemi covid-19 yakni langsung terjun ke lapangan, mendatangi tempat-tempat keramaian seperti pasar, pusat perbelanjaan, stasiun, dan lainnya karena objek tujuan mencari nasabah bukan hanya kalangan masyarakat menengah ke atas, melainkan dari semua golongan baik dari perkotaan dan pedesaan, pegawai negeri maupun karyawan swasta.

Namun kebanyakan dari mereka yang sudah mengenal dan tertarik untuk menjadi nasabah di bank Muamalat Indonesia adalah masyarakat perkotaan, yang tinggal di dekat lokasi Bank Muamalat. Sehubungan dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi, maka semakin banyak dibukanya kantor cabang Bank Muamalat Indonesia bahkan sampai terdapat di luar negeri.

⁷ Wawancara dengan Dhian Iswahyudi selaku RM Funding Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar pada tanggal 16 Oktober 2020.

Tabel 1.1
PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.

<i>Jaringan Layanan (Service Network)</i>	
276 total kantor layanan	83 kantor cabang
	150 kantor cabang pembantu
	43 kantor kas
	1 kantor luar negeri
710 ATM	
95 Mobile Branch	
120.000 jaringan ATM bersama dan ATM Prima	

Sumber : Annual Report BMI Tahun 2019

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Bank Muamalat Indonesia merupakan bank yang sangat diminati oleh nasabah. Dibuktikan dari banyaknya kantor cabang yang ada di Indonesia bahkan sampai ada kantor cabang yang ada di luar negeri tepatnya di negara Malaysia.

Dalam hal ini faktor pelayanan, fasilitas dan promosi harus tepat pada sasaran dan sesuai dengan kebutuhan di masyarakat. Tujuan pelayanan dan fasilitas yang diberikan dari pihak perbankan semata-mata untuk mendapatkan kepuasan nasabah. Dari faktor ini, memungkinkan ada beberapa nasabah yang tidak merasa puas apabila pelayanan dan fasilitas tidak memadai, seperti misalnya pelayanan dalam menjelaskan suatu produk terlalu cepat, sehingga bagi kaum awam mereka akan merasa bingung terhadap penjelasannya.

Selain itu fasilitas yang diberikan ada yang kurang memadai seperti di masa pandemi covid-19 pada saat ini harus diterapkannya protokol kesehatan, namun kurangnya fasilitas ruang tunggu untuk jaga jarak mengharuskan nasabah

mengantri diluar kantor. Alasan lain yakni promosi yang belum tepat sasaran dan belum sesuai jangkauan, seperti informasi terkait bank syariah yang masih disamakan dengan bank konvensional dalam hal riba. Kemudian juga pada saat pandemi, strategi promosi berubah dari yang awalnya langsung terjun ke lapangan secara keseluruhan, kini dikurangi dan menjadi promosi via online untuk meminimalkan penyebaran covid-19.

Kenyataan di lapangan sendiri, Bank Muamalat Indonesia Tbk. pada saat pandemi covid-19 seperti saat ini memang sedang mengalami masalah. Tapi permasalahan sebenarnya tidak hanya dialami oleh bank Muamalat Indonesia saja melainkan seluruh perbankan. Ada sedikit perbedaan pada pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat, seperti peraturan yang dikeluarkan oleh BI (Bank Indonesia) pada perpindahan jam operasional kantor, namun untuk pelayanan tetap dilakukan seperti biasa dengan menerapkan protokol kesehatan. Kemudian pada pelayanan jemput setoran yang biasanya dilakukan dengan mendatangi ke kediaman nasabah secara langsung pada saat ini dibatasi. Berdasarkan konsep teori yang telah dipaparkan menjadikan pembahasan ini menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di Masa Pandemi Covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri ”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Mumalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
2. Fasilitas yang di sajikan terhadap kepuasan nasabah menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Mumalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
3. Promosi yang dilakukan terhadap kepuasan nasabah menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Mumalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
4. Pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan nasabah menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Mumalat Indonesia Tbk. KC Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam Menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia

Tbk. KC Kediri?

4. Apakah pelayanan, fasilitas, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
3. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
4. Untuk menguji pengaruh pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi semua pihak. Baik kegunaan secara teoritis maupun kegunaan secara praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis menunjukkan bahwa pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri secara signifikan terdapat pengaruh yang besar, sehingga menimbulkan rasa puas dari nasabah dan menjadikan nasabah lebih percaya untuk menitipkan dananya di Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri. Faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah terletak pada fasilitas, karena fasilitas yang diberikan oleh Bank Muamalat dirasakan sangat baik dan memuaskan terutama di masa pandemi covid-19 seperti sekarang, hal yang diutamakan oleh setiap nasabah adalah keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga penyediaan fasilitas lebih ditekankan oleh pihak bank untuk memenuhi kebutuhan di masa pandemi covid-19 demi kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi yang dapat digunakan sebagai masukan yang berguna dalam menerapkan kebijakan perusahaan di bidang laporan keuangan.

b. Bagi Akademik dan Pembaca

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa tambahan kepustakaan atau referensi mengenai masalah seputar pelayanan,

fasilitas, promosi, dan juga untuk menambah pemahaman keilmuan dan wawasan bagi masyarakat umum.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.

F. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian

Ruang lingkup pembahasan ini dimaksud untuk pembatasan masalah agar pembahasan lebih terarah, adapun ruang lingkup dalam skripsi ini :

1. Penelitian mengenai pengaruh pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri.
2. Penelitian ini menilai kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 dilihat dari tiga variabel, yaitu pertama variabel pelayanan, variabel ini meneliti pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah. Kedua variabel fasilitas yang disajikan Bank Muamalat Indonesia Tbk. KC Kediri kepada nasabah, dan yang ketiga variabel promosi, variabel ini meneliti tingkat promosi di masa pandemi covid-19 yang dilakukan.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari persepsi dan kesamaan konsep dalam menggantikan istilah maka perlu ditegaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Ada beberapa definisi konseptual yang dipaparkan dari variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

Pengaruh adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁸

Pertama yakni elayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi permintaan dari konsumen. Pelayanan yang diberikan berupa jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa (*RM Funding*) yang benar-benar bisa menguasai dunia marketing dan memiliki sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.⁹

Kedua yaitu fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan secara maksimal.¹⁰

⁸ Departement Pendidikan dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1996), hal. 747.

⁹ Philip Khotler, *Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis implementasi, dan pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 57.

¹⁰ Indra Lutfi Sofyan, Ari Pradhanawati, dan Hari Susanta Nugraha, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada *Star Clean Car Wash* Semarang, *Jurnal Sosial dan Politik*, 2013, hal. 3.

Ketiga yakni promosi adalah proses memberikan informasi, membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk dan jasa kepada konsumen.¹¹

Ketiga yaitu kepuasan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yakni dimana pelanggan lebih mengarah pada perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan.¹²

Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.¹³

Kemudian menabung dalam ilmu ekonomi adalah salah satu tindakan yang mempersiapkan tentang perencanaan-perencanaan masa yang akan datang serta sekaligus sebagai persiapan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan dikemudian hari.¹⁴

Selanjutnya pandemi menurut World Health Organization (WHO) adalah suatu wabah penyakit global, pandemi dinyatakan ketika penyakit baru menyebar diseluruh dunia sehingga melampaui batas.¹⁵

Terakhir yaitu yaitu covid-19 atau disebut Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini

¹¹ Daniel, Pengertian Promosi Menurut Para Ahli : Definisi, Tujuan, Jenis, dan Contohnya, <https://ekonomimanajemen.com/pengertian-promosi/> diakses pada 10 Maret 2021.

¹² Nugraha, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas....", hal. 4.

¹³ Perpus Kampus, Pengertian, dan Jenis Nasabah, www.perpuskampus.com/pengertian-dan-jenis-nasabah/ diakses pada 10 Maret 2021.

¹⁴ Irnawati Indi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (studi kasus pada masyarakat di kecamatan Rappocini kota Makassar)", hal. 2.

¹⁵ Rina Tri Handayani, et.al, "Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, dan *Herd Immunity*", *Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, Vol.10, No.3, 2020, hal. 374.

disebut Covid-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.¹⁶

2. Definisi Operasional

Penelitian ini untuk menguji adakah pengaruh pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19. Dimana kepuasan nasabah sangat berpengaruh besar dalam sistem operasional perbankan.

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari VI bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang isi skripsi yang terdiri dari 9 sub bab yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan pembatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teori yang dijadikan sebagai alat analisis pada penelitian ini yang terdiri dari 9 sub bab yaitu pelayanan, fasilitas, promosi, kepuasan nasabah, perbankan syariah, pandemi covid, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka konseptual.

¹⁶ Merry Dame Cristy Pane, "Virus Corona", <https://www.alodokter.com/virus-corona>, diakses pada 10 Maret 2021.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang cara dan metode dalam pengumpulan dan analisis data pada penelitian ini yang terdiri dari 6 sub bab yaitu jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hasil uji analisis data penelitian yang terdiri dari 3 sub bab yaitu gambaran umum objek penelitian, deskripsi karakteristik responden dan hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang uraian secara lengkap mengenai hasil penelitian yang terdiri dari 4 sub bab yaitu pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada Bank Muamalat Indonesia KC Kediri, pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada Bank Muamalat Indonesia KC Kediri, pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada Bank Muamalat Indonesia KC Kediri dan pengaruh pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di masa pandemi covid-19 pada Bank Muamalat Indonesia KC Kediri.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.