

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan syariah adalah sebuah sistem keuangan dengan penerapan prinsip-prinsip syariah Islam. Sebagaimana bank konvensional, bank syariah berperan untuk mengelola dan menyalurkan dana kepada masyarakat, serta berkontribusi dalam menciptakan stabilitas ekonomi nasional melalui berbagai layanan keuangan, seperti produk simpanan, pinjaman, dan layanan lainnya dengan prinsip syariah. Di Indonesia, pertumbuhan industri perbankan semakin tinggi dengan banyaknya bank baru bermunculan. Persaingan di sektor jasa layanan keuangan baik syariah maupun konvensional semakin ketat dan kompetitif, mendorong setiap bank untuk berlomba-lomba menyediakan fasilitas yang memadai serta memberikan berbagai kemudahan dalam mengakses layanan keuangan, untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

BPRS Baiturridha Pusaka merupakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang beroperasi di bawah naungan Yayasan Pusaka milik perusahaan BUMN, PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Dalam menjalankan aktivitas perbankannya, BPRS Baiturridha Pusaka menyediakan layanan simpan pinjam yang secara khusus mengakomodasi kebutuhan karyawan PT KAI.

Produk pembiayaan yang ditawarkan meliputi pembiayaan konsumtif dan produktif sesuai dengan prinsip syariah, seperti pembiayaan modal kerja, investasi, dan pembiayaan multiguna yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan finansial nasabah, khususnya karyawan PT KAI.

Salah satu keunggulan BPRS Baiturridha Pusaka adalah sistem pemotongan gaji secara langsung, di mana simpanan dan pembayaran angsuran pinjaman otomatis disalurkan ke rekening masing-masing karyawan yang terdaftar sebagai nasabah di BPRS Baiturridha Pusaka. Sistem ini memudahkan proses pembayaran dan mengurangi risiko keterlambatan pembayaran angsuran pinjaman, sehingga memberikan kenyamanan dan kepastian dalam mengelola keuangan nasabah.

Berikut jumlah data nasabah karyawan PT KAI yang telah mengambil pembiayaan di BPRS Baiturridha periode tahun 2021:



Grafik 1.1
Jumlah Pembiayaan Nasabah BPRS Baiturridha Tahun 2021

Sumber: Data Internal BPRS Baiturridha Pusaka

Berdasarkan Grafik 1.1, jumlah pembiayaan nasabah karyawan PT KAI di BPRS Baiturridha Pusaka sepanjang tahun 2021 mengalami pergerakan secara fluktuatif. Jumlah pembiayaan tertinggi tercatat pada bulan September sebanyak

407 nasabah dan terendah pada bulan Desember sebanyak 227. Secara keseluruhan, pembiayaan nasabah karyawan PT KAI pada tahun 2021 mencapai 4.211 nasabah. Jika dibandingkan dengan jumlah karyawan PT KAI yang menurut situs resmi PT Kereta Api Indonesia (Persero) mencapai sekitar 26.897 orang pada tahun 2021, BPRS Baiturridha Pusaka baru berhasil menjangkau 15,7% dari keseluruhan jumlah karyawan sebagai nasabah pembiayaan. Persentase ini menunjukkan bahwa BPRS Baiturridha Pusaka baru menjangkau sebagian kecil potensi pasar karyawan PT KAI, sehingga masih terdapat peluang besar yang belum tergarap secara optimal.

BPRS Baiturridha Pusaka telah berupaya memperluas jangkauan dengan membuka kantor mitra di beberapa kota di Indonesia yang bertujuan agar pelayanan dapat mudah diakses oleh karyawan PT KAI yang tersebar di berbagai wilayah, guna meningkatkan kualitas pelayanan dalam upaya menarik lebih banyak karyawan PT KAI untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka.

Fenomena rendahnya penetrasi pasar sebesar 15,7% menjadi urgensi pada penelitian ini. Meskipun BPRS Baiturridha Pusaka memiliki keunggulan kompetitif, seperti pemotongan gaji langsung yang menawarkan kemudahan dan kepastian pembayaran, serta upaya perluasan jangkauan melalui kantor mitra, angka penetrasi pasar di segmen PT KAI masih rendah, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan realisasi kinerja. Dalam industri perbankan yang semakin kompetitif ini, kemampuan untuk menarik dan mempertahankan nasabah adalah kunci keberlanjutan. Kemudahan akses layanan saja tidak serta

merta menjamin karyawan PT KAI akan memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan. Keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan disebabkan pengaruh dari faktor-faktor lain yang lebih kompleks, termasuk relevansi produk yang ditawarkan dengan kebutuhan individu masing-masing nasabah, serta persepsi mereka terhadap Kualitas Pelayanan dan Citra Merek bank. Sebagaimana menurut Nugroho (2021), Kualitas Pelayanan yang prima dan Citra Merek yang positif sangat esensial dalam membangun loyalitas nasabah dan mempengaruhi keputusan mereka untuk menentukan pilihan pada suatu lembaga keuangan. Oleh karena itu mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang menghambat pengambilan keputusan nasabah menjadi sangat penting bagi BPRS Baiturridha Pusaka guna meningkatkan pangsa pasarnya.

Untuk mendapatkan pemahaman awal yang lebih konkret mengenai persepsi nasabah dan mengidentifikasi potensi masalah yang mendasari rendahnya penetrasi pasar, dilakukan penyebaran kuesioner pra-survei kepada 20 karyawan PT KAI yang merupakan nasabah BPRS Baiturridha Pusaka. Hasil penyebaran kuesioner dituangkan dalam data pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Hasil Pra-Survei Berdasarkan Keputusan Nasabah
dalam Pengambilan Produk Pembiayaan

No.	Pernyataan	Jawaban				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Petugas pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka memberikan layanan dengan ramah dan sopan dalam setiap interaksi	8	40%	12	60%	100%
2	Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka cepat dan mudah	7	35%	13	65%	100%
3	Suku bunga pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka lebih kompetitif dibanding lembaga pembiayaan lain	8	40%	12	60%	100%
4	BPRS Baiturridha Pusaka merupakan lembaga keuangan syariah terpercaya dan resmi terdaftar di OJK	9	45%	11	55%	100%
Rata-rata jawaban			40%		60%	

Sumber: Diolah peneliti 2025

Berdasarkan hasil Pra-Survei pada Tabel 1.1, menunjukkan sebanyak 40% responden berpendapat petugas pelayanan di BPRS Baiturridha Pusaka memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, sementara 60% responden berpendapat sebaliknya. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan terhadap aspek keramahan dan kesopanan petugas, yang dapat berdampak langsung pada kenyamanan nasabah dan menghambat keputusan mereka untuk bertransaksi. Nugroho (2021) menegaskan bahwa sikap ramah dan sopan yang ditunjukkan oleh petugas menjadi faktor kunci dengan pengaruh signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah pada sektor perbankan syariah. Keramahan dan kesopanan petugas layanan merupakan elemen penting dalam interaksi harian dengan nasabah, dimana nasabah sering melakukan transaksi langsung seperti pengajuan pinjaman atau konsultasi keuangan. Kemampuan bank untuk menciptakan pengalaman positif meningkatkan

kepercayaan dan kepuasan, sehingga nasabah merasa dihargai dan lebih cenderung untuk kembali menggunakan layanan bank, yang pada akhirnya mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang lebih efisien.

Selanjutnya, sebanyak 35% responden menilai proses pengajuan dan pencairan pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka berjalan cepat dan mudah, sementara 65% responden lainnya merasa proses pembiayaan masih rumit dan lambat. Purwanto (2022) menegaskan bahwa efisiensi proses dan kemudahan akses pelayanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan proses yang rumit dan lambat menyebabkan ketidakpuasan dan menurunkan minat nasabah. Dalam suatu perbankan proses pengajuan dan pencairan pembiayaan melibatkan serangkaian prosedur administrasi seperti verifikasi dokumen, penilaian kredit, dan transfer dana, yang sering dilakukan melalui sistem online atau offline. Proses yang cepat dan mudah memungkinkan nasabah mendapatkan akses dana lebih cepat untuk kebutuhan mendesak seperti pembelian rumah atau modal usaha, sehingga mengurangi stress finansial dan meningkatkan efisiensi waktu nasabah dalam mengelola keuangannya.

Terkait tingkat suku bunga, 40% responden menganggap suku bunga pembiayaan yang ditawarkan kompetitif, namun 60% responden lainnya menilai sebaliknya jika dibandingkan lembaga pembiayaan lain. Persepsi negatif terhadap suku bunga ini dapat menjadi faktor penghambat utama bagi nasabah dalam memilih produk pembiayaan, karena harga merupakan pertimbangan krusial. Sari (2022) menekankan bahwa harga layanan, termasuk suku bunga/margin, mempengaruhi kepuasan nasabah di BPRS, sehingga penyesuaian margin produk

pembiayaan sangat diperlukan agar lebih kompetitif. Suku bunga pembiayaan merupakan komponen biaya utama yang ditentukan oleh bank berdasarkan risiko kredit, biaya operasional, dan kebijakan moneter, yang memengaruhi besaran angsuran bulanan nasabah. Kemampuan bank untuk menawarkan suku bunga yang kompetitif, yang berarti nasabah dapat memperoleh pinjaman dengan biaya lebih rendah, sehingga mengurangi beban finansial jangka panjang dan memungkinkan nasabah untuk merencanakan anggaran kebutuhannya dengan lebih baik.

Hasil Pra-Survei selanjutnya menunjukkan hanya 45% responden yang percaya BPRS Baiturridha merupakan lembaga keuangan terpercaya dan terdaftar OJK, sementara 55% responden lainnya meragukan hal tersebut. Keraguan terhadap kepercayaan dan legalitas ini merupakan hal yang perlu mendapat perhatian, karena kepercayaan adalah fondasi utama dalam industri perbankan. Wijaya, R. & Suharmiati (2021) menyatakan terdaptarnya BPRS di OJK memberikan jaminan keamanan dan kepatuhan terhadap regulasi, yang meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah. Kepercayaan terhadap lembaga keuangan melibatkan aspek regulasi dan pengawasan oleh otoritas seperti OJK, yang memastikan bank beroperasi sesuai standar keamanan dan transparansi. Kepercayaan yang tinggi memberikan rasa aman dalam menyimpan dana atau mengambil pinjaman, sehingga nasabah tidak merasa khawatir risiko kehilangan dana atau menjadi korban penipuan.

Dari 20 responden yang merupakan karyawan PT KAI didapat rata-rata hanya 40% responden memberikan jawaban positif terhadap pernyataan-pernyataan yang mengindikasikan faktor-faktor Pengambilan Keputusan Nasabah

dan 60% responden memberikan jawaban negatif. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden terindikasi belum puas dengan aspek pelayanan, proses, suku bunga, dan kepercayaan terhadap BPRS Baiturridha Pusaka. Peningkatan faktor-faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan merupakan hal yang krusial untuk memperkuat daya saing bank serta mendorong nasabah dalam menentukan pilihan terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan.

Berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah, seperti pemenuhan harapan nasabah melalui Kualitas Pelayanan, seringkali kurang diperhatikan oleh perusahaan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh beberapa penelitian terdahulu yang memaparkan mengenai hubungan kualitas pelayanan dan pengambilan keputusan. Miharta & Khusnudin (2022) dalam penelitiannya mengungkapkan kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung namun signifikan pada keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan. Darmadiansyah et al. (2020), menunjukkan Kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan menggunakan jasa perbankan syariah.

Menurut pernyataan dalam studi terdahulu memperlihatkan adanya hubungan kualitas pelayanan dan pengambilan keputusan nasabah, perusahaan harus memfokuskan upaya pada pemenuhan harapan nasabah melalui peningkatan Kualitas Pelayanan secara optimal. Hal tersebut merupakan strategi pokok yang bertujuan untuk memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk maupun layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Guna mengetahui Kualitas Pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka terhadap nasabah, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 20 responden yang merupakan karyawan PT KAI. Hasil penyebaran kuesioner dituangkan dalam data berikut:

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survei berdasarkan Kualitas Pelayanan
dalam Pengambilan Produk Pembiayaan

Pernyataan	Jawaban				Total
	Ya		Tidak		
	F	%	F	%	
Ruang pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka bersih, nyaman dan memiliki fasilitas yang lengkap	9	45%	11	55%	100%
Petugas pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka memberikan layanan tepat waktu dan sesuai kebutuhan nasabah	10	50%	10	50%	100%
Petugas pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka responsif dan memberikan informasi dengan jelas	8	40%	12	60%	100%
BPRS Baiturridha Pusaka memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam setiap transaksi	9	45%	11	55%	100%
Rata-rata jawaban		45%		55%	100%

Sumber: Diolah peneliti 2025

Hasil Pra-Survei menunjukkan sebanyak 45% responden menilai ruang pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka sudah bersih, nyaman, dan fasilitasnya lengkap, sementara 55% responden merasa fasilitas BPRS Baiturridha Pusaka belum memadai. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa aspek fisik (*tangibles*) masih menjadi perhatian utama nasabah dan perlu perbaikan untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik. Syafitri & Sari (2023) menyatakan fasilitas fisik (*tangibles*) yang bersih dan nyaman memberikan dampak yang signifikan terhadap rasa puas nasabah. Ruang pelayanan yang bersih, nyaman, dan dilengkapi fasilitas seperti ATM, kursi tunggu, dan area konsultasi merupakan bagian dari infrastruktur kantor pelayanan yang mendukung transaksi harian nasabah. Fasilitas yang

memadai menciptakan lingkungan yang kondusif untuk bertransaksi, sehingga nasabah merasa nyaman dan efisien dalam menyelesaikan kebutuhan keuangan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap bank.

Sebanyak 50% responden menyatakan petugas pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka memberikan layanan tepat waktu dan sesuai kebutuhan nasabah, sebagian lainnya menilai sebaliknya. Rendahnya persepsi terhadap ketepatan waktu dan kesesuaian layanan (*reliability*) dapat menimbulkan ketidakpuasan dan mengurangi kepercayaan nasabah terhadap keandalan bank. Syifaurrohman & Sopingi (2025) menegaskan bahwa *reliability* atau keandalan dalam memberikan layanan tepat waktu dan sesuai kebutuhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Ketepatan waktu layanan melibatkan kemampuan petugas untuk menangani transaksi seperti transfer dana atau konsultasi kredit sesuai kebutuhan dan jadwal yang dijanjikan. Layanan yang tepat waktu memungkinkan nasabah mengelola waktu dengan baik, menghindari keterlambatan, dan memberikan rasa yakin bahwa bank dapat diandalkan untuk kebutuhan finansial mendesak.

Sebanyak 40% responden menilai petugas cukup responsif dan memberikan informasi jelas, namun 60% responden lainnya merasa kurang. Meskipun terdapat jawaban positif, masih ada ruang besar untuk meningkatkan responsivitas dan kejelasan komunikasi petugas, yang merupakan kunci dalam membantu nasabah membuat keputusan. Nisa & Khaerun (2024) menemukan bahwa responsivitas dan kejelasan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Responsivitas petugas melibatkan kemampuan bank dalam merespon pertanyaan nasabah secara cepat melalui telepon, email atau dalam interaksi transaksi secara

langsung. Komunikasi yang jelas membantu nasabah memahami produk dan layanan bank, sehingga nasabah dapat membuat keputusan yang tepat, menghindari kesalahan, dan merasa didukung dalam merencanakan keuangan.

Hasil Pra-Survei selanjutnya, hanya 45% responden menyatakan BPRS Baiturridha Pusaka memberikan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi, sementara 55% responden belum setuju dengan pernyataan tersebut. OJK (2024) menekankan pentingnya transparansi dan kepatuhan terhadap regulasi sebagai fondasi utama dalam membangun kepercayaan nasabah. Rasa aman dan kepercayaan yang kuat akan mendorong loyalitas dan keputusan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan yang ditawarkan. Rasa aman dalam transaksi melibatkan penggunaan sistem keamanan seperti enkripsi data, verifikasi identitas, dan pengawasan oleh regulator untuk mencegah penipuan. Kepercayaan yang tinggi memberikan ketenangan pikiran saat bertransaksi, memungkinkan nasabah untuk fokus pada tujuan finansial tanpa khawatir risiko, yang mendukung pengelolaan keuangan yang aman dan stabil.

Dari 20 responden didapat rata-rata 45% responden memberikan jawaban positif, dan 55% responden memberikan jawaban negatif. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menilai aspek fasilitas fisik, ketepatan layanan, responsivitas, dan rasa aman masih perlu ditingkatkan. BPRS Baiturridha Pusaka perlu melakukan peningkatan kualitas layanan pada aspek tersebut secara optimal untuk memperkuat kepuasan nasabah, loyalitas dan mendorong Pengambilan Keputusan Nasabah untuk memilih produk pembiayaan yang ditawarkan.

Peningkatan Kualitas Pelayanan secara optimal juga berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Citra yang baik dan positif merupakan faktor krusial yang memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk mengambil keputusan. Sebagaimana yang dituangkan pada beberapa penelitian terkait mengenai hubungan Citra Merek dan Pengambilan Keputusan Nasabah. Yuvita (2019) memaparkan hasil bahwa gambaran merek memiliki dampak signifikan kepada keputusan. Sartika & Kanya (2019) menunjukkan citra merek memiliki dampak yang signifikan untuk memberikan pengaruh kepada nasabah dalam pengambilan keputusan. Montolalu & Raintung (2018) menunjukkan bahwa tampak merek akan menimbulkan dampak kepada nasabah untuk mengambil sebuah keputusan. Meskipun demikian, penelitian-penelitian ini belum secara spesifik mengkaji bagaimana dimensi-dimensi Citra Merek mempengaruhi keputusan nasabah dalam konteks BPRS Baiturridha Pusaka, terutama dengan fokus pada karyawan PT KAI. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang memberikan gambaran mengenai citra merek dengan pengambilan keputusan, perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan citra perusahaan yang baik dan positif. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah dalam menentukan pilihan terhadap produk pembiayaan yang disediakan.

Untuk mengetahui persepsi nasabah dari kalangan karyawan PT KAI terhadap Citra Merek BPRS Baiturridha Pusaka, melakukan penyebaran kuisisioner kepada 20 responden. Hasil penyebaran kuisisioner dituangkan dalam data berikut:

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survei Berdasarkan Citra Merek
dalam Pengambilan Produk Pembiayaan

Pernyataan	Jawaban				Total
	Ya		Tidak		
	F	%	F	%	
BPRS Baiturridha Pusaka memberikan solusi keuangan tepat dan efektif sesuai kebutuhan nasabah	8	40%	12	60%	100%
Pembayaran angsuran pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka mudah otomatis terpotong dari <i>payroll</i>	10	50%	10	50%	100%
Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka sangat cepat dan mudah	9	45%	11	55%	100%
Pengajuan Pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka mudah dilakukan via online maupun offline	9	45%	11	55%	100%
Rata-rata jawaban		45%		55%	100%

Sumber: Diolah peneliti 2025

Hasil Pra-Survei menunjukkan sebanyak 40% responden menilai BPRS Baiturridha Pusaka memberikan solusi keuangan yang tepat dan efektif sesuai kebutuhan, sementara 60% responden lainnya belum demikian. Menurut Kotler & Keller (2024) pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan nasabah dan penyediaan solusi keuangan yang tepat merupakan faktor utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Produk atau solusi yang tidak sesuai kebutuhan dapat menurunkan minat dan keputusan pembelian nasabah. Solusi keuangan yang tepat melibatkan penawaran produk seperti pinjaman pribadi, kredit rumah, atau tabungan yang disesuaikan dengan profil nasabah seperti karyawan PT KAI. Solusi yang sesuai membantu nasabah mencapai tujuan finansial seperti membeli rumah atau pendidikan anak dengan lebih efisien, sehingga meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kepuasan nasabah jangka panjang.

Sebanyak 50% responden merasa kemudahan pembayaran angsuran melalui pemotongan otomatis dari *payroll* sudah berjalan dengan baik, sedangkan 50% responden lainnya masih mengalami kesulitan. Adanya kesulitan yang dialami sebagian nasabah menunjukkan bahwa citra pemakai terkait kemudahan proses masih perlu ditingkatkan. Syafitri & Sari (2023) menegaskan bahwa sistem pemotongan otomatis melalui *payroll* dapat meningkatkan kepuasan nasabah sekaligus mengoptimalkan manajemen risiko lembaga keuangan dengan mengurangi potensi keterlambatan pembayaran. Sistem pemotongan otomatis dari *payroll* melibatkan integrasi dengan sistem penggajian perusahaan seperti PT KAI, yang memungkinkan angsuran pinjaman langsung dipotong dari gaji bulanan. Proses ini mengurangi risiko keterlambatan pembayaran, menghindari denda dan memudahkan nasabah dalam pengelolaan anggaran bulanan sehingga dapat berfokus pada administrasi keuangan lainnya.

Sebanyak 45% responden menilai proses pengajuan dan pencairan pembiayaan sudah cepat dan mudah, sedangkan 55% responden merasa proses tersebut masih lambat dan rumit. Persepsi negatif terhadap kecepatan dan kemudahan proses ini secara langsung mempengaruhi citra produk dan dapat menghambat nasabah untuk memilih produk yang ditawarkan. Ambarwati (2020) menyoroti bahwa efisiensi proses pengajuan pembiayaan melalui online meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan nasabah, sehingga berdampak positif pada kepuasan dan loyalitas nasabah BPRS. Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan melibatkan tahapan seperti pengisian formulir, verifikasi dokumen, dan transfer dana, yang dapat dilakukan melalui aplikasi mobile atau cabang. Proses

yang cepat memungkinkan akses dana lebih cepat untuk kebutuhan mendesak, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan efisiensi dalam perencanaan keuangan nasabah.

Sebanyak 45% responden merasa pengajuan pembiayaan sudah mudah dilakukan baik secara online maupun offline, namun 55% masih mendapati kendala. Adanya kendala dalam aksesibilitas ini menunjukkan bahwa upaya digitalisasi layanan belum sepenuhnya optimal dan dapat menghambat citra produk sebagai solusi yang mudah dijangkau. OJK (2024) menekankan pentingnya digitalisasi layanan sebagai upaya meningkatkan inklusi keuangan dan mempermudah akses nasabah terhadap produk pembiayaan. Kemudahan pengajuan via *online* melibatkan *platform* digital seperti aplikasi *mobile banking* yang memungkinkan nasabah mengajukan pinjaman dari rumah. Aksesibilitas yang tinggi menghemat waktu dan tenaga, memungkinkan nasabah dari berbagai lokasi untuk mengakses layanan, dan mendukung inklusi keuangan bagi mereka yang sibuk atau berada di daerah terpencil.

Dari 20 responden yang merupakan karyawan PT KAI didapatkan rata-rata 45% jawaban positif dan 55% memberikan jawaban negatif. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden terindikasi belum sepenuhnya puas dengan Citra Merek dan kemudahan layanan pembiayaan di BPRS Baiturridha Pusaka.

BPRS Baiturridha Pusaka memiliki potensi besar untuk meningkatkan penetrasi pasar di kalangan karyawan PT KAI. Namun, hasil Pra-Survei menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Merek masih perlu ditingkatkan

secara signifikan. Kesenjangan antara potensi dan realisasi pasar, yang tercermin dari rendahnya penetrasi sebesar 15,7% dan persepsi negatif dalam pra survei, menggaris bawahi urgensi penelitian ini. Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek bukan hanya sekedar upaya perbaikan operasional, melainkan strategi fundamental untuk memenuhi harapan nasabah, membangun kepercayaan, dan pada akhirnya mendorong Pengambilan Keputusan yang positif terhadap produk pembiayaan syariah yang ditawarkan.

Mengingat pentingnya memahami sesuatu dengan menyeluruh untuk mendapatkan informasi mengenai Kualitas Pelayanan serta Citra Merek sebagai faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada produk pembiayaan, peneliti mendapatkan ketertarikan untuk melanjutkan proses penelitian berdasarkan fenomena tersebut. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam skripsi dengan judul: *“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PADA PRODUK PEMBIAYAAN BPRS BAITURRIDHA PUSAKA DI KOTA BANDUNG.”*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti dapat mengidentifikasi pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat keramahan dan responsivitas petugas pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka dalam berinteraksi dengan nasabah.
2. Proses pengajuan dan pencairan pembiayaan yang masih dianggap lambat dan rumit oleh nasabah

3. Tingkat suku bunga pembiayaan yang belum kompetitif dibandingkan lembaga pembiayaan lain menurut persepsi nasabah.
4. Rendahnya tingkat kepercayaan nasabah terhadap BPRS Baiturridha Pusaka terkait legalitas dan kredibilitasnya.
5. Fasilitas ruang pelayanan BPRS Baiturridha Pusaka belum memadai dan kurang nyaman.
6. Kurangnya relevansi produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka dengan kebutuhan spesifik nasabah karyawan PT KAI.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan fokus dan terarah, maka pembatasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
2. Responden penelitian adalah karyawan PT KAI yang menjadi nasabah BPRS Baiturridha Pusaka.

1.4 Perumusan Masalah

Didasarkan melalui pembatasan masalah diatas, peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, citra merek dan pengambilan keputusan nasabah pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.

3. Berapa besar pengaruh citra merek pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
4. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan serta citra merek terhadap pengambilan keputusan nasabah pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka secara parsial dan simultan.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun tujuan pada penelitian ini:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan kualitas pelayanan, citra merek dan pengambilan keputusan nasabah pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
2. Untuk menganalisa dan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
3. Untuk menganalisa dan mengukur seberapa besar pengaruh citra merek produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka.
4. Untuk menganalisa dan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap pengambilan keputusan nasabah pada produk pembiayaan BPRS Baiturridha Pusaka secara parsial dan simultan.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Hasil temuan dalam riset kali ini diharap dapat menambah kekayaan literatur manajemen pemasaran, khususnya berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah pada lembaga keuangan syariah, serta

menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya untuk pengembangan lebih lanjut dan memperkaya wawasan mengenai kualiti pelayanan, Citra Merek dan pengambilan keputusan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian yang telah dibuat diharp mampu menjadi masukan bagi BPRS Baiturridha Pusaka untuk mempertimbangkan rancangan strategi marketing guna peningkatan kualitas dan citra merek supaya lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di BPRS Baiturridha Pusaka yang berlokasi di Jl. Kebon Jukut No. 25 Kav. 4 Kel. Babakan Ciamis Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, dengan kurun waktu selama 6 (enam) bulan terhitung dari bulan Maret 2025 hingga Agustus 2025.

Tabel 1.4
Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan Kegiatan					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Pemilihan Topik Penelitian						
2	Pengajuan Tempat Penelitian						
3	Pemilihan dan Pengajuan Judul						
4	Pengajuan BAB I						
5	Pengajuan BAB II						
6	Pengajuan BAB III						
7	Sidang UP						
8	Perbaikan BAB I-III						
9	Pengumpulan Data						
10	Pengolahan Data dan Penyusunan Bab IV dan V						
11	Sidang Akhir						

Sumber: Diolah peneliti 2025