

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

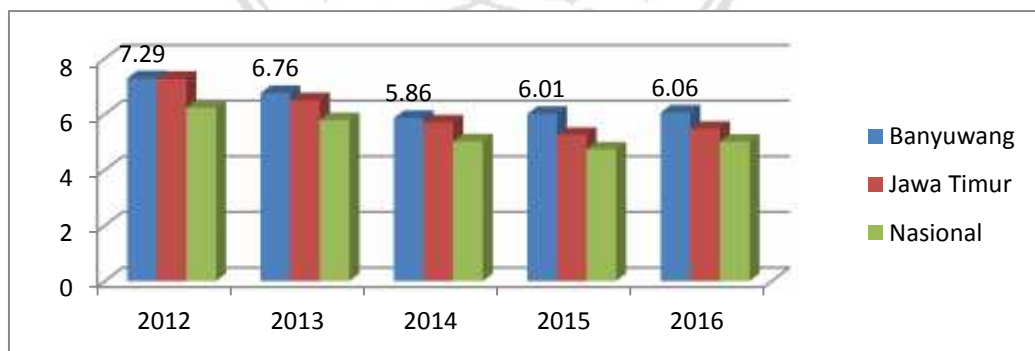
Industri perbankan yang semakin berkembang di Indonesia tidak menuntut kemungkinan terjadinya persaingan yang semakin kompetitif, bukan hanya di antara bank pemerintah tetapi juga swasta dan bank asing yang berada dan beroperasi di Indonesia. Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (BI, UU. No. 10 Th:1998 Pasal:1 Ayat:2). Bank dilihat dari bidang usahanya terbagi menjadi beberapa bagian dengan melihat dari segi fungsi bank tersebut.

Bank mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediary yaitu suatu lembaga yang tugasnya mengumpulkan dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat (*lending*), serta memberikan pelayanan jasa keuangan (*financial services*). Produk dana (*funding*) di antaranya tabungan, giro, deposito, dan untuk produk kredit (*lending*) di antaranya fasilitas kredit kepemilikan rumah, kredit modal usaha, kredit kepemilikan mobil, kredit tanpa agunan, dan kartu kredit (Suhardi, 2003:12). Industri perbankan memiliki produk dan jasa keuangan yang sama secara umum untuk dapat bersaing dan menguasai pasar. Kompetisi yang semakin ketat tersebut menuntut bank untuk

selalu melakukan pengembangan layanan dan produknya agar mendapat pangsa pasar serta dapat bertahan di dalam industri perbankan.

Sektor perbankan di kabupaten Banyuwangi telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan, hal ini dibuktikan dengan Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2014 mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan yaitu sebesar 5,86 persen Kemudian pada 2016 naik ke angka 6,06. Dengan tumbuhnya perekonomian yang semakin bergairah dan berkesinambungan akan menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan sahamnya, khususnya di sektor pertanian, perdagangan, hotel dan restoran, demikian juga pada sektor industri pengolahan, bank dan lembaga keuangan (Pemkab Banyuwangi, 2017:27). Tingkat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 sebagaimana gambar berikut ini.

Gambar. 1. Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyuwangi



Sumber: BPS Kabupaten Banyuwangi (data diolah)

Kompetitifnya dan persaingan nasabah kredit, didukung pula oleh perkembangan dan pertumbuhan bidang usaha yang ada di kabupaten Banyuwangi. Bidang usaha baik skala menengah (*medium*), skala kecil (*mikro*) yang

keseluruhannya membutuhkan dana, maka tidak lepas dari sistem perbankan. Bupati Banyuwangi mengemukakan, dalam mendorong dan mempercepat lajunya pertumbuhan usaha di Banyuwangi adalah dengan cara penyaluran kredit melalui bank, terbukti masyarakat tertib melakukan angsuran dan efektif meningkatkan outstanding kredit medium dan mikro sehingga bisa tumbuh sebesar 34 persen rata-rata per-tahun. Berdasarkan data resmi Bank Indonesia (BI), penyaluran kredit di Banyuwangi pada 2015 mencapai Rp 8,93 triliun. Maka secara kumulatif, penyaluran kredit di Banyuwangi tumbuh 171,43 persen atau rata-rata 34,82 persen per tahun (www.merdeka.com/peristiwa/...html).

Tabel. 1
Kebutuhan Dana Bidang Usaha Menengah dan Mikro
di Kabupaten Banyuwangi dari Tahun 2015-2016

Tahun	Jenis Usaha	Kebutuhan Dana (dalam triliun)	Jumlah (dalam triliun)	Prosentase
2015	Skala Menengah	1,97	5,89	34%
	Skala Kecil	3,92		
2016	Skala Menengah	2,97	8,93	
	Skala Kecil	5,96		

Sumber : <https://banyuwangikab.go.id/kependudukan-dan-naker>

Melihat peluang kompetensi yang ada guna turut mengembangkan bidang usaha menuntut bank-bank tersebut berlomba-lomba menawarkan produk terbaik mereka. Selain itu, dalam *Overview Indonesian Banking Industry* oleh *Markplus Consulting* tahun 2016 mengenai perkembangan dan persaingan pasar perbankan di Indonesia, dengan nilai pertumbuhan aset sebesar 15,5% sektor perbankan masih menjadi industri yang menarik bagi para pemain. Para pemain semakin aktif menarik dana pihak ketiga dari nasabah terutama dalam menyalurkan kredit. Persaingan bank di sektor kredit ini semakin lama semakin sulit. Nasabah saat ini

cenderung semakin tidak loyal terhadap bank, terutama di sektor kredit konsumsi di mana penawaran terbaik dinilai berdasarkan nilai bunga kredit yang diberikan oleh bank. Hal ini menyebabkan bank harus berlomba-lomba untuk menurunkan tingkat bunga kreditnya (<http://www.bi.go.id/en/statistik/perbankan/indonesia>).

Menurut Subagyo (2010:13) berpendapat bahwa loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah. Persaingan harga yang terjadi antar bank membuat nasabah semakin selektif dan rasional dalam memilih bank. Analisis pada atribut-atribut yang membentuk loyalitas nasabah, atribut-atribut yang bersifat transaksional memiliki bobot yang cenderung tinggi dan semakin meningkat. Untuk produk tabungan atribut transaksional ini berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan penyimpanan uang maupun transaksi sehari-hari di bank yang menjadi tujuannya.

Persaingan yang sangat ketat dalam industri perbankan mengharuskan bank membuat produk yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan kredit. Menurut Kotler (2012:248) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Penting untuk mengetahui manfaat yang dapat diberikan oleh suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu dengan atribut produk. Menurut Kotler (2012:254) atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

Nasabah pada saat ini lebih selektif dalam memilih bank mana yang akan dijadikan sebagai pembantu pengembang usaha mereka, selain melihat dari sisi kemudahan dalam proses pengambilan kredit, merekapun melihat atribut produk dari segi suku bunga kredit, jangka waktu kredit, plafond dan jaminan guna untuk mengetahui kebutuhan kredit nasabah tersebut benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka atau tidak. Seperti halnya PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran telah memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik untuk para nasabahnya dalam hal kredit dan tabungan, agar para nasabah tersebut merasa nyaman dalam bekerja sama dengan PT. BPR ADY Banyuwangi.

Berdasarkan hasil laporan akhir tahun 2016, langkah konkrit yang telah dilakukan adalah meningkatkan fasilitas kepada para nasabah dengan membuka kantor-kantor pelayanan yang lebih dekat dengan masyarakat, membuka mobil kas keliling dan memberikan suku bunga kredit yang ringan, proses yang cepat dan tabungan harian yang di datangi petugas setiap hari, tabungan hari raya yang memberikan undian-undian menarik. Dalam hal ini untuk menarik minat masyarakat untuk bergabung dan berkerja sama dengan PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dan untuk menghadapi para pesaing yang semakin banyak. Berikut data nasabah kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016.

Tabel. 2
Data Jumlah Nasabah Kredit

Tahun	Jumlah Nasabah Kredit	Prosentase Peningkatan (%)
2013	1920	
2014	2160	11.11
2015	2280	5.26
2016	2580	11.63

Sumber : Laporan Tahunan PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran

Dari tabel. 2 di atas dapat diketahui jumlah nasabah kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dari tahun ke tahun meningkat pada tahun 2013 rata-rata nasabah kredit perbulan sebanyak 160 orang, tahun 2014 sebanyak 180 orang perbulan atau meningkat 11,11%, pada tahun 2015 sebanyak 190 orang perbulan atau meningkat 5,26% dan pada tahun 2016 sebanyak 215 orang perbulan atau meningkat 11,63%.

Permasalahn yang muncul adalah bagaimana mempertahankan nasabah yang loyal kepada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran supaya mampu bersaing dengan BUMN atau BPR Swasta yang lainnya. Tidak mudah dalam menciptakan nasabah agar loyal, maupun menjadikan nasabah yang sudah ada tetap loyal kepada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran, dikarenakan loyalitas merupakan perilaku nasabah dalam melakukan pengambilan keputusan terhadap produk perusahaan. Nasabah yang loyal dan akan menjadi *Customer Based* yang baik, setidaknya akan melakukan transaksi dengan berulang-ulang dan juga akan menggunakan produk yang lain.

Dengan mengetahui pentingnya atribut-atribut produk yang terdiri dari kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan yang diharapkan oleh nasabah di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dalam meningkatkan jumlah nasabah kredit dan meningkatkan loyalitas nasabah dalam pengambilan keputusan kredit, maka fenomena ini sangat menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah adalah usaha untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan penelitian apa saja yang perlu dijawab atau dicarikan jalan pemecahan masalahnya (Sugiyono, 2015:34). Bertitik tolak dari latar belakang di atas, tentang pentingnya pengaruh atribut produk dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran maka penelitian dapat dirumusan masalahnya sebagai berikut.

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- b. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- c. Apakah jangka waktu berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- d. Apakah jaminan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

- b. Untuk menganalisis variabel tingkat suku bunga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
- c. Untuk menganalisis variabel jangka waktu berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
- d. Untuk menganalisis variabel jaminan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Obyek yang diteliti (PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)

Sebagai bahan masukan dalam rangka melakukan evaluasi terhadap program perbankan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan di masa yang akan datang.

- b. Bagi Pihak Lain/Almamater

Menambah referensi bagi peneliti lain sehingga menambah wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.