

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Kemajuan bank di suatu negara dapat dijadikan tolak ukur kemajuan negara tersebut. Menurut Kasmir (2014) bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan yang menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang bank, menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat yang disalurkan kembali untuk masyarakat dengan tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Sinungan (2000) bank dengan lembaga perekonomian yang lain, bersama-sama mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berdaya dan berhasil guna secara optimal. Bank berdiri sendiri menjalankan fungsinya dengan memberikan suntikan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Kondisi demikian kemudian diikuti dengan keberadaan perbankan yang sudah sampai pada tingkat kecamatan, dengan harapan bank bisa dikenal jauh oleh masyarakat dan bisa dimanfaatkan oleh semua lapisan masyarakat.

Manfaat bank untuk kebutuhan primer masyarakat salah satunya adalah kebutuhan konsumsi. Penyaluran kredit perbankan pada sektor

konsumsi mengalami peningkatan yang drastis sejak Indonesia dilanda krisis ekonomi sepuluh tahun lalu. Hal ini terjadi karena banyaknya perusahaan-perusahaan besar bangkrut sehingga sektor korporasi sangat sedikit menyerap kredit dari bank. Bank-bank kemudian semakin menyadari bahwa peluang di pasar konsumsi semakin besar, dimana resiko yang dihadapi relatif lebih kecil dibandingkan dengan kredit pada pasar investasi (Lubis dan Ginting, 2008).

Terdapat beberapa jenis sektor konsumsi yang dibiayai dengan kredit oleh bank, salah satunya adalah sektor perumahan melalui kredit kepemilikan rumah (KPR). Menurut Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No. 12/38/DPNP tanggal 31 Desember 2010, Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah kredit konsumsi untuk kepemilikan rumah tinggal berupa rumah tapak atau rumah susun atau apartemen (tidak termasuk rumah kantor dan rumah toko) dengan agunan berupa rumah tinggal yang diberikan bank kepada debitur perorangan dengan jumlah maksimum pinjaman yang ditetapkan berdasarkan nilai agunan. Adanya pertumbuhan KPR ini berdampak positif bagi para pelaku bisnis KPR termasuk bank BTN. Semakin tingginya persaingan dalam industri perbankan, maka KPR BTN akan semakin ketat bersaing dengan produk –produk dari bank lainnya. Banyak bank lain yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah, mengharuskan BTN memiliki strategi pemasaran yang dapat diterapkan efektif agar mampu bersaing dalam dunia bisnis perbankan dan memperkuat posisi bank BTN di pasaran.

Strategi untuk memenangkan persaingan dalam bisnis KPR adalah suku bunga yang kompetitif. Menurut Kasmir (2014) menyatakan bahwa bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Suku bunga kredit adalah harga/biaya dari penggunaan dana yang tersedia untuk dipinjamkan.

Selain suku bunga kredit, perusahaan menyadari pentingnya kualitas pelayanan dalam aktivitas penjualan produk-produk dan jasa yang ditawarkan. Banyak sekali pelayanan yang kurang memuaskan yang diakibatkan karena kurangnya saran-saran dari nasabah. Hal ini mengakibatkan perusahaan akan kehilangan nasabahnya. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka akan semakin besar pemasukan yang didapatkan. Pelayanan jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Ketika nasabah itu merasa pelayanan yang diberikan perusahaan sangat memuaskan, maka mereka akan kembali mengajukan permintaan kredit dan sekaligus menjadi nasabah yang setia. Begitu juga sebaliknya jika nasabah tersebut tidak puas, maka nasabah tersebut tidak

mengajukan permintaan kredit perusahaan itu lagi, dan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan pada orang lain, sehingga menyebabkan menurunnya jumlah nasabah dan citra baik serta eksistensi perusahaan di mata masyarakat maupun nasabahnya (Windarti, 2012).

Menurut penelitian Tandris, Tommy dan Murni (2014) faktor yang dapat mempengaruhi permintaan dan pemberian kredit oleh perbankan berasal dari faktor bank itu sendiri misalnya *risk appetite* terhadap suatu sektor, tingkat kredit macet, kurangnya modal, dan sebagainya. Selain itu faktor makro seperti tingkat suku bunga, nilai tukar rupiah, target ekspor dan faktor lainnya. Pemahaman yang baik mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut khususnya faktor makro diharapkan dapat memberikan penjelasan.

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Nasabah Terhadap Hubungan Suku Bunga Kredit, Kualitas Pelayanan, Dan Keputusan Kredit Pemilikan Rumah (Studi Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Madiun) “.

1.2 Perumusan masalah

Semakin banyaknya permintaan kredit pemilikan rumah yang di ajukan nasabah maka bank BTN selaku lembaga perbankan yang pertama kali dan dikhususkan menangani bisnis KPR di Indonesia dituntut untuk memiliki strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengajuan permintaan kredit pemilikan rumah, sehingga diperlukan uji kompetensi pada beberapa strategi yaitu tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan

diberikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti ingin membahas tentang permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah persepsi nasabah atas hubungan suku bunga kredit terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun?
- b. Apakah persepsi nasabah atas hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun?
- c. Apakah persepsi nasabah atas hubungan bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui persepsi nasabah atas hubungan suku bunga kredit terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun.
- b. Untuk mengetahui persepsi nasabah atas hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun.
- c. Untuk mengetahui persepsi nasabah atas hubungan bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Kredit Pemilikan Rumah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Madiun.

1.3.2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Universitas

Peneliti ingin memberikan sumbangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi manajemen dan memberikan sedikit pemaparan tentang suku bunga pinjaman, kualitas pelayanan dan keputusan kredit pemilikan rumah serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan teori tentang ilmu pengetahuan di bidang akuntansi.

b. Bagi bank yang diteliti

Peneliti ingin memberikan suatu bahan pertimbangan dalam memperhitungkan pengaruh kualitas pelayanan dan suku bunga kredit terhadap permintaan kredit pemilikan rumah untuk membuat suatu keputusan pengadaan pengkreditan.

c. Bagi peneliti

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang ingin diketahui dan menjadi tambahan pengetahuan.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau literatur bagi peneliti selanjutnya.