

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang penting di Indonesia pada saat ini, bagi kelangsungan perekonomian di Indonesia. Bank juga merupakan lembaga yang menjaga kestabilan perekonomian masyarakat Indonesia, sehingga lembaga ini sangat disoroti di Indonesia. Lembaga keuangan bank tidak hanya menjaga kestabilan perekonomian saja, melainkan di gunakan untuk mempermudah masyarakat dalam kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah salah satu badan usaha finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya.

Lembaga perbankan Indonesia terdiri atas Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Pengkreditan Rakyat. Bank Sentral adalah bank yang mempunyai tugas sebagai Pengawas Perbankan. Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang salah satunya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatannya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak boleh memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Ada beberapa peranan bank umum yaitu, menyediakan berbagai jasa perbankan, sebagai jantung perekonomian, melaksanakan kebijakan moneter. Sedangkan tugas dari bank umum adalah menghimpun dana dari tabungan.

masyarakat, memberikan pinjaman (kredit), jasa lalu lintas pembayaran, menciptakan uang giral, menyediakan fasilitas untuk perdagangan luar negeri, menyediakan jasa wali-amanat, penerbit surat garansi bank, jasa inkaso dan jasa-jasa bank lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti mengenai fungsi bank sebagai pemberi pinjaman (kredit) salah satunya mengenai kepemilikan rumah, masyarakat pastinya ingin memiliki tempat tinggal yaitu rumah ataupun *apartement*, tetapi tidak sedikit masyarakat yang belum mampu untuk mendapatkan tempat tinggal dengan cara membayar *cash*. Oleh sebab itu banyak bank yang menawarkan kredit kepemilikan rumah (KPR).

Bank Tabungan Negara (BTN) adalah salah satu lembaga perbankan yang menyediakan fasilitas KPR yang terkemuka di Indonesia. Kekuatan BTN sebagai bank terdepan dalam penyaluran kredit pemilikan rumah (KPR) belum tertandingi. Pangsa pasar BTN dalam penyaluran KPR bersubsidi yang mencapai 97%. Dimana Rp 51,55 Triliun kredit yang disalurkan BTN pada 2010, sebesar 90,9% didominasi KPR.

Penyaluran kreditnya berpengaruh terhadap laba BTN yang meningkat sebesar 86,75% menjadi Rp 915,94 Miliar. Menurut Iqbal Latanro, Direktur Utama BTN, penyaluran kredit ke sektor perumahan yang merupakan core business-nya tetap menjadi fokus utama. "Pertumbuhan 2011 tetap difokuskan pada kredit perumahan yang memiliki potensi sangat besar pada masa mendatang," ujar Iqbal. (www.btn.co.id)

Tahap pertama dari transformasi di bidang kredit adalah fokus pada pembiayaan perumahan untuk mendukung program sejuta rumah yaitu pada produk KPR dan kredit konstruksi. Tahap selanjutnya adalah mengembangkan pembiayaan sepanjang value chain perumahan baik ke arah industri terkait penyediaan rumah maupun bisnis terkait pengguna rumah. Tahap terakhir adalah perluasan ke sektor non perumahan. Produk Kredit Perseroan terdiri dari Kredit Perumahan dan Kredit Non-Perumahan.

Untuk produk kredit perumahan diklasifikasikan menjadi KPR Subsidi, KPR Non Subsidi, dan Kredit Perumahan Lainnya. Seluruh produk kredit konsumen disalurkan dalam mata uang Rupiah. Sepanjang tahun 2016, Perseroan berhasil menyalurkan kredit konsumen sebesar Rp34.777.132 juta meningkat 14,40% dibandingkan tahun 2015 sebesar Rp30.399.375 juta. Peningkatan tersebut terutama disebabkan oleh penyaluran produk kredit perumahan yaitu KPR Subsidi yang mengalami peningkatan sebesar 32,98% dari tahun sebelumnya.

Perseroan memberikan berbagai layanan KPR non-subsidi yang ditargetkan kepada nasabah berpenghasilan menengah ke atas dengan suku bunga mengambang. Jangka waktu yang ditawarkan maksimal selama 25 tahun untuk KPR Non Subsidi dan maksimal 15 tahun untuk Kredit Pemilikan Apartemen (KPA) dan Kredit Ruko. Ketentuan uang muka minimal 15% atau sesuai peraturan Bank Indonesia tentang Rasio Loan to Value. Di tengah pertumbuhan ekonomi nasional yang masih terbatas dan persaingan yang ketat pada segmen KPR Non Subsidi, Perseroan mencatatkan pertumbuhan sebesar

4,35% pada tahun 2016. Akibat kondisi ekonomi, permintaan terhadap rumah menengah keatas memang mengalami penurunan. Pada tahun 2016 Perseroan menyalurkan KPR Nonsubsidi sebesar Rp12.724.741 juta, meningkat 4,35% dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar Rp12.194.611 juta. Peningkatan tersebut terutama disebabkan oleh KPR BTN Platinum yang meningkat sebesar Rp551.463 juta atau 4,79% dari tahun sebelumnya.

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan bisnis, Perseroan juga menawarkan jenis-jenis kredit perumahan, serta kredit konsumen lainnya, yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada tahun 2016 Perseroan menyalurkan Kredit Perumahan Lainnya sebesar Rp1.800.723 juta, turun 24,49% dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar Rp2.384.835 juta. Hal tersebut terutama disebabkan oleh kebijakan Perseroan yang tidak melakukan penyaluran kredit bangun rumah, PUM-KB BPJS Ketenagakerjaan dan PRR-KB BP Ketenagakerjaan. Penurunan penyaluran juga terjadi akibat pelemahan permintaan kredit pada produk Kredit Agunan Rumah, sebagaimana yang terjadi pada segmen menengah atas.

Perseroan memberikan kredit konsumen lainnya, di luar kredit perumahan yang digunakan untuk berbagai kebutuhan nasabah kredit. Pada tahun 2016 Perseroan menyalurkan Kredit Konsumer Non Perumahan sebesar Rp4.670.792 juta, meningkat 13,82% dibandingkan dengan tahun 2015 sebesar Rp4.103.511 juta. Peningkatan tersebut terutama disebabkan oleh kredit pegawai yang meningkat sebesar 231,90% dari tahun sebelumnya. Perseroan

menyediakan kredit konsumen ini sebagai pelengkap bagi nasabah KPR yang memiliki sejarah kredit yang baik.

Untuk pengajuan dan persyaratannya juga mudah dan banyak menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki penghasilan standar yaitu upah minimum regional (UMR) di Semarang, karena adanya KPR bersubsidi bagi masyarakat yang memiliki syarat bagi nasabah yang memiliki gaji atau omset di bawah Rp 4.000.000,00/bulannya. Dan KPR ini hanya bisa di tawarkan kepada nasabah hanya satu kali seumur hidup nasabah. Sedangkan KPR platinum adalah KPR non subsidi yang memiliki bunga normal yang di berikan kepada nasabah yang memiliki KPR dengan nilai yang lebih dari Rp 116.700.000,00 untuk satu unit rumah atau *apartment*. Adapun KPR yang di berikan kepada nasabah yang mengambil KPR untuk ke dua kalinya.

Layanan yang di berikan oleh BTN untuk pengambilan KPR juga berbeda dengan bank-bank yang lain karena di BTN dapat mengambil KPR dengan nilai di bawah Rp100.000.000,00. Sedangkan pada bank lain tidak menawarkan layanan tersebut banyak bank yang menawarkan KPR tetapi dengan syarat nilai kredit tertentu, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengambil KPR di bank lain. Karena hanya BTN yang menawarkan KPR bersubsidi di Indonesia. Bagi nasabah juga di permudah dengan adanya pengurusan sertifikat, izin mendirikan bangunan (IMB) dan akta-akta yang di perlukan untuk pembelian rumah ataupun *apartment* yang mengurusnya dibantu oleh pihak BTN. Tanpa harus nasabah repot-repot untuk

mengurusnya, yang membutuhkan waktu yang cukup lama dalam penyelesaian surat-surat tersebut.

Untuk melaksanakan penelitian ini peneliti mengambil populasi pada KPR non subsidi. Dikarenakan minat nasabah pada tiap tahunnya berubah-ubah sehingga ada factor-faktor yang menyebabkan naik turunnya minat nasabah dalam pengambilan KPR non subsidi. Diantaranya di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dalam proses pengambilan KPR non subsidi, fasilitas yang di sediakan oleh bank BTN dalam pengambilan non subsidi, *brand image* yang di miliki oleh bank BTN dalam menangani nasabah untuk pengambilan KPR non subsidi, dan persepsi risiko yang nasabah ansumsikan dalam pengambilan KPR non subsidi di bank BTN. Hal-hal yang mendasari peneliti dalam mengambil penelitian ini. Berikut table KPR non subsidi di bank BTN:

Tabel 1.1
Penyaluran KPR Non Subsidi Tahun 2013-2016

Jenis Kredit	2013	2014	2015	Naik/turun (%)	2016
KPR BTN Platinum	12.547.502	11.062.544	11.722.117	4,79	12.283.670
KPA BTN	522.146	295.86	257.769	17,99	304.134
Kredit Ruko BTN	197.542	210.372	214.725	(36,24)	136.907
Total	13.267.190	11.568.776	12.194.611	4,35	12.724.741

Sumber: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Berdasarkan uraian yang telah di sampaikan maka judul penelitian ini adalah “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, *BRAND IMAGE*, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH

DALAMPENGAMBILAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH NON SUBSIDI DI BANK TABUNGAN NEGARA”.

1.2 Perumusan Masalah

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan perbankan terhadap minat nasabah terhadap pengambilan KPR di BTN ?
2. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah terhadap pengambilan KPR di BTN ?
3. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap minat nasabah terhadap pengambilan KPR di BTN ?
4. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat konsumen terhadap pengambilan KPR di BTN ?

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya membatasi pembahasan mengenai:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.
2. Pengaruh fasilitas terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.
3. Pengaruh *brand image* terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN
4. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis kualitas layanan perbankan terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.

2. Untuk menganalisis fasilitas terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.
3. Untuk menganalisis *brand image* terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.
4. Untuk menganalisis persepsi risiko terhadap minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini akan bermanfaat untuk mengetahui lebih dalam lagi dan mengaplikasikan teori yang sudah diperoleh dan praktek yang sebenarnya mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah BTN untuk pengambilan KPR di BTN.

2. Bagi pembaca / masyarakat umum

Hasil penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai permasalahan yang sejenis dan memberikan informasi / pengetahuan tambahan dalam memahami faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah BTN untuk pengambilan KPR di BTN.

3. Bagi Universitas AKI

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau tambahan referensi pembelajaran dan dapat menjadi bahan ajar untuk mahasiswa atau adik tingkat lain dalam memahami faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk pengambilan KPR di BTN.

4. Bagi BTN

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi BTN untuk meningkatkan produktivitas BTN dalam mejalan layanan kepada nasabah terutaman dalam pengurusan KPR.

1.6 Sistematika Laporan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai kerangka penulisan yang didalamnya berisi hal – hal yang dibahas dan dianalisis sehingga akan lebih mudah untuk melihat arah dan isi tulisan secara keseluruhan.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan membahas mengenai teori- teori yang menjadi dasar dalam melaksanakan penelitian, merumuskan penelitian terdahulu menyusun kerangka piker dalam suatu penetapan kegiatan penelitian, serta merumuskan hipotesa.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas metode- metode yang akan dipakai penulis dalam melaksanakan penelitian seperti jenis penelitian, variable dan indikator penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan membahas mengenai sejarah, struktur organisasi, *job description* dan produk yang dihasilkan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas hasil dari penelitian yang dilakukan penulis dan melakukan pembahasan dari masing- masing hasil penelitian berdasarkan metode analisa data yang digunakan.

BAB VI : PENUTUP

Berisi penutup yang membahas secara keseluruhan dari pembahasan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk menjelaskan pengaruh dari masing- masing variable penelitian tersebut dan memberikan saran bagi penelitian mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi, Yudha. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap*. Surabaya. STIESIA Surabaya.
- Afriadi, Yudha. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap*. Surabaya: STIESIA Surabaya.
- Andayani, Wiwik, Agung Yuniarinto dan Djumilah Zain. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kosumen (studi kasus PT. Kereta Api (Pesero) DAOP 8 Surabaya)*. Surabaya: PPSUB&FEUB.
- Christina, Sem HS dan Tinjung Desy N. 2010. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalti pada PT Bank Sinarmas*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Elisabeth, Melysa Pongoh. 2013. *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Emmywati. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan yang Terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur*. Surabaya: STIE Mahardhika.
- Fandy, Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Andi Offse.
- Faqih, Moh Afghan. 2015. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking I Bank BRI Surabaya*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Fure, Ferdyanto dkk. 2015. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Hadiyari, Ernani. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) kantor pos Lawang)*. Malang: Universita Gajahyana Malang.
- Haekal, Azwar dan Bambang Widjajanta. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online pada pengunjung Website Classifieds di Indonesia*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Haryanto, Edy. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Haryanto, Edy. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor SAMSAT Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.

- <http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara> tanggal akses 14 Oktober 2017.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa*. Edisi Kedua, Terjemahan Ancella Anitawati. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, P dan Armstrong Gery. 2012. *Principles of Marketing*. (fourteenth Edition). England: Perason Prentice Hall.
- Lestari, Wiwik dan Rr. Irama. 2013. *Persepsi risiko dan kecenderungan risiko Investor Individu*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Made Ni Putri M dan Putu Yudi S. 2016. *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Persepsi Risiko pada Niat Beli Produk Fashion via Instagram di kota Denpasar*. Denpasar: Universitas Udayana Bali.
- Mayo, Regina, Ghazali Maskie dan Devanto Shasta Pratomo. 2014. *Efektivitas Jalur Kredit Dalam Mekanisme Transmisi Kebijakan Moneter di Indonesia*. Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Md, Rahman Hasebur. 2014. *Corporate Social Responsibility For Brand Image and Customer Satisfaction: Assessment of Grameen Phone user's in Banglaesh*. Bangladesh: Pabna University of Science and Technology, Bangladesh.
- Nursiana, Adinoto. 2014. *Pengaruh Internet Banking, Kualita Layanan, Reputasi Produk, Lokasi, Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah*. Jakarta: STIE Wiyatamandala.
- Rifai, Ayyub Pranata. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Permintaan Kredit Bank BTN Cabang Sidorjo*. Surabaya: STIESIA Surabaya.
- Rokhim, Rofikoh dan Mal Isnaini Sri Mey Yanti. 2014. *Risiko NPL Kredit Bank Pembangunan Daerah Sebagai Regional Champion*. Depok : Universitas Indonesia.
- Sartika, Eka. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Sebagai Nasabah pada Bank Mini SMK SMART Akutansi di SMK Negeri 3 Jepara*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyanto. 2011. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tri, Intan Jati N dan Sengguruh Nilowardono. 2016. *Pengaruh Event dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild pada PT. HM sampoerna Area Marketing Surabaya*. Surabaya. Universitas Narotama.
- Waal, Andre A. De. 2014. *Menjadi Organisasi Berkinerja Tinggi*. Jakarta: PT Ina Publikatama.

- Waal, Andre ADe. 2014. *Menjadi Organisasi Berkinerja Tinggi*. Jakarta: PT. Ina Publikatama.
- Wahyu, Bernadeta Nurpermana Putri. 2017. *Pengembangan Budaya Smart Solution Untuk Meningkatkan Layanan Nasabah*. Semarang: Universitas AKI.
- Whyuni, Sri. 2015. *Kepribadian Merek dan Ikatan Emosional Merek Terhadap Loyalitas Merek Tabungan Bank Umum Syariah*. Jakarta: ABFII Perbanas Jakarta.
- Yazid. 2006. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yeanette, Maarsella Hatane, Adinda Yosari dan Felicia C.H. 2012. *Evaluation of the Successfulness of a Green Program Though Customer Perceived Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction: A Case Study at Surabaya Plaza Hotel*. Surabaya: Surabaya Plaza Hotel.
- Zalatar, Willy F. 2012. *Quantifying Customers' Effects on Service Quality Perception of Philippine Commercial Banks*. Manila: De La Salle University.