

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi sebagai financial intermediary atau perantara keuangan dari dua pihak yakni : pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Selain itu bank sebagai suatu lembaga keuangan usaha pokoknya adalah memberikan kredit, jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Disamping itu bank merupakan industri jasa. Karena merupakan industri jasa maka dalam operasionalnya akan menghasilkan produk berupa jasa. Produk jasa bank (Hasibuan, 2001) dapat dikelompokkan sbb:

1. Sarana-sarana pengumpulan dana pihak ketiga seperti Giro, Deposito, Tabungan, Obligasi dan sebagainya.
Terhadap produk ini harga jasa yang dibayarkan bank kepada pihak ketiga adalah dalam bentuk bunga (cost of fund)
2. Jenis-Jenis Kredit.
Terhadap produk ini harga jasa yang diterima bank adalah pendapatan kredit.
3. Sarana-sarana pencairan dana, seperti debit card, credit card, dll.
4. Macam-macam pelayanan jasa bank, seperti transfer, payment point, ekspor-impor dsb.

Terhadap produk jasa bank ini harga yang diterima bank adalah pendapatan selain pendapatan kredit (*fee based income*)

Bank sebagai financial intermediary, usaha pokoknya adalah dalam pemberian kredit. Usaha pokok bank ini merupakan usaha bank yang memberikan pendapatan terbesar bagi bank berupa pendapatan bunga kredit.

Dengan berkembangnya perbankan, maka usaha perbankan tidak hanya berkonsentrasi pada bidang perkreditan tetapi berkembang jauh dalam fungsinya sebagai financial intermediary yang sangat kompleks dan inovatif. Sebagai financial intermediary, produk jasa bank yang ditawarkan telah

memberikan sumbangan pendapatan yang besar, tidak hanya dari pendapatan kredit tetapi juga pendapatan dari selain pendapatan kredit. Pendapatan yang diperoleh dari produk jasa bank selain dari perkreditan disebut *fee based income* (Muljono, 1996).

Perbankan menyadari akan pentingnya memperoleh pendapatan selain dari pendapatan kredit setelah krisis ekonomi yang berimbas langsung ke usaha perbankan yang melanda Indonesia sejak tahun 1997. Dalam masa krisis yang berkepanjangan berdampak pada semakin mahal biaya memperoleh dana dan semakin tinggi resiko kredit yang disalurkan menjadi macet. Menyadari hal tersebut, perbankan mulai mengandalkan produk jasa bank yang menghasilkan *fee based income* bagi bank.

Usaha memperbesar perolehan *fee based income* bagi perbankan terdorong karena:

1. Potensi pasar untuk meningkatkan *fee based income* sangat besar.
Potensi pasar yang besar ini antara lain karena hampir setiap jasa bank yang ditawarkan memungkinkan dapat menghasilkan *fee based income*. Misalnya jasa pelayanan transfer selain dapat menghasilkan *fee based income* berupa biaya transfer atau provisi transfer juga sangat memungkinkan adanya pengendapan dana bagi perbankan.
2. Jasa bank merupakan transaksi yang menghasilkan *fee based income* yang tidak mengandung resiko yang tinggi seperti halnya kredit.

Namun selain adanya dorongan tersebut, perbankan dihadapkan pada kendala-kendala dalam usaha memperbesar perolehan *fee based income*. Kendala tersebut misalnya sejak krisis ekonomi melanda Indonesia mengakibatkan menurunnya tingkat kepercayaan pihak luar negeri kepada perbankan Indonesia termasuk bank-bank pemerintah. Menurunnya tingkat kepercayaan pihak luar negeri tersebut berdampak misalnya L/C yang diterbitkan oleh pihak perbankan Indonesia harus dikonfirmasi oleh bank luar negeri sehingga banyak nasabah terutama nasabah eksportir dan importir yang berpindah ke bank-bank asing. Padahal transaksi ekspor dan impor banyak menghasilkan *fee based income* bagi bank.

Selain itu meskipun potensi pasar untuk meningkatkan *fee based income* sangat besar namun persaingan sesama perbankan di dalam negeri sangat kompetitif. Sebagai gambaran seberapa besar tingkat kemampuan perbankan di Indonesia dalam menghasilkan *fee based income* dapat dilihat dari besarnya perbandingan antara pendapatan diluar bunga dan provisi kredit dengan total pendapatan atau disebut dengan *fee based income ratio* yang disajikan pada Tabel 1. Dari Tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa *Fee Based Income Ratio* Bank Bali menempati urutan tertinggi sedangkan *Fee Based Income Ratio* yang terendah dimiliki oleh Bank “Z”

Keberhasilan suatu bank dalam meningkatkan *fee based income ratio* tidak terlepas dari produk jasa bank yang dimiliki. Setiap bank memiliki berbagai macam produk jasa bank yang ditawarkan kepada customernya. Namun dari berbagai macam produk jasa bank yang dimiliki tersebut, apakah manajemen cabang mengetahui produk jasa bank mana yang sebenarnya dapat diandalkan

Tabel 1. *Fee based income ratio* 9 bank besar di Indonesia (Buletin Bank “Z”, 2001)

No.	Nama Bank	<i>Fee Based Income Ratio</i> (%)
1	Bank Bali	79,00
2	BNI'46	45,75
3	Bank Niaga	41,00
4	BTN	40,45
5	Bank Lippo	25,00
6	Bank Danamon	21,00
7	BCA	19,96
8	BRI	19,25
9	Bank “Z”	13,56

dalam memberikan kontribusi *fee based income* bagi cabang. Permasalahan selanjutnya adalah potensi pasar produk jasa bank masing-masing sangat besar namun persaingan sesama bank dalam memasarkan produk tersebut sangat kompetitif dan masing-masing produk jasa bank berada pada satu wilayah yang sama dimana cabang dan kantor-kantor dibawahnya berada. Dengan permasalahan ini manajemen cabang perlu menentukan sasaran masing-masing kantor cabang yang ada pada wilayah dimana cabang dan kantor-kantor dibawahnya berada.

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat dikemukakan bahwa semua produk jasa bank memiliki kesempatan yang sama dalam memberikan kontribusi *fee based income* bagi bank. Meskipun semua produk jasa bank memiliki kesempatan yang sama dalam memberikan kontribusi *fee based income* bagi bank, namun untuk memilih produk jasa bank mana yang menjadi unggulan bagi cabang maka diperlukan analisis produk jasa bank unggulan diantaranya dengan menggunakan Analisis Cluster. Setelah produk jasa bank unggulan dipilih, selanjutnya manajemen cabang dapat menentukan sasaran masing-masing kantor cabang yang ada pada wilayah dimana cabang dan kantor-kantor dibawahnya berada.

Mengingat pentingnya pemilihan produk jasa bank unggulan maka tesis ini mengambil judul “ Pemilihan Produk Jasa Bank Unggulan Dari Segi Pendapatan *Fee Based Income* Pada PT Bank “Z” Cabang “X” “.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada manajemen cabang untuk mengetahui kesempatan masing-masing produk jasa bank dalam memberikan kontribusi *fee based income* bagi cabang. Dengan menggunakan Analisis Cluster berdasarkan kesempatan masing-masing produk jasa bank dalam memberikan kontribusi *fee based income* tersebut, akan bermanfaat bagi manajemen cabang dalam memilih produk jasa bank unggulan.

2. Memberikan informasi kepada manajemen cabang tentang pangsa pendapatan *fee based income* bagi produk jasa bank tersebut pada wilayah dimana cabang dan kantor-kantor dibawahnya berada. Dengan dapat ditentukannya produk jasa bank unggulan berdasarkan Analisis Cluster, akan bermanfaat bagi manajemen cabang dalam menentukan sasaran masing-masing kantor cabang yang ada pada wilayah dimana cabang dan kantor-kantor dibawahnya berada.
3. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat memperdalam pengetahuan tentang perbankan, produk jasa bank dan analisis Cluster.