

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semakin tingginya populasi penduduk maka semakin tinggi pula kebutuhan manusia, salah satunya dalam segi kebutuhan tempat tinggal. Pada masa ini dalam keadaan yang serba meningkat dari segi harga jual baik pangan, sandang dan lain-lain, begitu pula dengan harga penjualan rumah yang semakin melambung sehingga melampaui budget yang sudah ditentukan oleh debitur dan juga tidak sesuai dengan lokasi yang di harapkan.

Dari segi kredit terdapat beberapa jenis sektor konsumtif yang dibiayai dengan kredit oleh bank, salah satunya adalah sektor perumahan melalui Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Peningkatan pemberian KPR oleh bank disebabkan masih banyaknya masyarakat yang membutuhkan rumah. Pada sisi lain sebagian masyarakat tidak mampu membeli rumah secara tunai, sehingga ini menjadi peluang bagi bank untuk memasarkan KPR sebanyak-banyaknya

Pembelian rumah bisa dilakukan dengan cara tunai ataupun kredit, seseorang dapat membeli rumah secara tunai apabila orang tersebut memiliki uang yang nilainya sama dengan harga rumah tersebut. Namun seiring dengan semakin sulitnya keadaan ekonomi dan banyaknya tuntutan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat maka pembelian rumah secara tunai semakin sulit dilakukan, terutama bagi masyarakat yang tingkat ekonominya menengah kebawah. Dengan demikian pembelian rumah secara kredit di kalangan masyarakat menjadi pilihan yang sangat menarik.

Disaat pembelian rumah secara kredit menjadi pilihan utama bagi para debitur, maka terjadi persaingan dan kompetisi antar bank dalam melakukan penjualan produk tersebut. Persaingan yang dimaksud dari suku bunga KPR, pada tahun 2012 suku bunga KPR berhasil mencapai angka *singel digits* setelah ditahun-tahun sebelumnya selalu mencapai angka diatas

10%, ditengah ancaman *property* perbankan berlomba-lomba menawarkan paket bunga rendah melalui reklame yang terpampang dijalan-jalan protokol Jakarta.

Bank-bank lain menawarkan suku bunga rendah tentu saja hanya untuk *fix* beberapa tahun saja sesuai dengan kesepakatan, jika jangka waktu sudah habis maka bank menerapkan bunga *floating* atau mengikuti mekanisme bunga pasar hingga cicilan rumah kredit debitur lunas. Penerapan suku bunga rendah adalah strategi bank untuk menggaet nasabah properti pasca regulasi Bank Indonesia (BI) yang menetapkan minimal uang muka 30% dari harga rumah dan aturan ini berlaku sejak 15 Juni 2012, sejak peraturan tersebut dikeluarkan maka perbankan langsung memutar otak agar bisnis KPR tidak surut.

Strategi untuk memenangkan persaingan dalam bisnis KPR adalah suku bunga dan pelayanan yang kompetitif, suku bunga KPR yang tinggi dapat menyebabkan ekspansi atau peminat KPR menjadi turun. Pada sisi lain bank yang mampu memberikan pelayan yang memuaskan pasti dapat menarik banyak debitur sehingga mampu tumbuh dan berkembang. Porsi kredit konsumen BCA sebelum tahun 2010 mencapai 13,8% dari seluruh pinjaman yang disalurkan bank, tidak banyak berbeda dari tahun sebelumnya. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) tumbuh sebesar 23,9% menjadi Rp. 4,4 triliun dan piutang kartu kredit meningkat sebesar 34,3% menjadi 1,6 triliun.

Pada tahun 2012 BCA melakukan penjualan produk KPR lebih agresif lagi dengan menawarkan suku bunga KPR *single digit* yaitu fix 9% untuk 2 (dua) tahun pertama, berkat penawaran suku bunga tersebut maka pada sembilan bulan pertama berhasil 5% lebih tinggi dari budget yang sudah ditentukan. Seolah tak mau kalah maka bank-bank lain mengeluarkan promo yang sama dan terjadi persaingan dalam memperebutkan atau mendapatkan kepercayaan dari debitur agar tertarik dengan produk dan promo yang ditawarkan.

Untuk meningkatkan penyaluran kredit bank berusaha mendapatkan debitur baru dengan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas debitur agar tidak lari ke bank pesaing. Untuk mempertahankan loyalitas debitur kepada bank, maka KPR BCA berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya salah satunya untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan debitur maka BCA melakukan *survey* kepada debitur KPR BCA.

Tabel. 1.1

Daftar Komplain Debitur

KPR PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Pusat

No	Jenis Keluhan	Jumlah Debitur	Persentase (%)
1.	Ketepatan waktu akad kredit	9	22,5
2.	Kemampuan staf	8	20
3.	Kecepatan pelayanan	6	15
4.	Lokasi Parkir	5	12,5
5.	Ketulusan membantu	5	12,5
6.	Keamanan bertansaksi	3	7,5
7.	Ruang akad kredit	2	5
8.	Toilet	2	5
Total		40	100

Berdasarkan hasil *suvey* diatas terhadap 40 orang debitur KPR BCA terdapat beberapa keluhan yaitu: mengenai keterlambatan proses penandatanganan akad kredit yang disebabkan petugas akad KPR BCA terlambat datang ke lokasi (22,5%), petugas akad KPR BCA kurang mampu dalam memberikan informasi mengenai proses akad kredit KPR BCA (20%), petugas akad KPR BCA lambat dalam memberikan pelayanan kepada debitur (15%), tempat parkir yang disediakan kurang memadai dikarenakan hanya terdiri dari 2 lantai area parkir yang kurang luas sehingga tidak dapat menampung lebih dari 30 menit untuk mendapatkan area parkir (12,5%), petugas akad KPR BCA kurang ramah terhadap debitur dalam memberikan bantuan (12,5%), keamanan transaksi tidak ada petugas

(*security*) yang bertugas di BCA, ruang untuk proses akad kredit tidak bagus untuk dekorasi, penataan ruangan tidak terawat peralatan yang tersedia (7,5%), ruang akad kredit yang digunakan terlalu sempit dan penggap sehingga debitur tidak nyaman (5%) dan kebersihan toilet yang kurang terjaga sehingga membuat debitur terganggu (5%). Berkurangnya loyalitas debitur mungkin bisa dikarenakan kurangnya efektifitas dalam pelayanan yang diberikan kepada debitur yang dapat terlihat dari jumlah keluhan yang diterima.

Pada umumnya perusahaan jasa *financial* khususnya perbankan berkeinginan memiliki debitur yang loyal atau setia kepada bank yaitu debitur yang melakukan pinjaman ulang, meningkatkan jumlah pinjamannya dan memberitahu tentang pengalamannya yang memuaskan kepada pihak lain serta tidak pindah ke bank pesaing. BCA sebagai perusahaan jasa *financial* juga berharap dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas debiturnya, keputusan debitur menggunakan dan memilih suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

BCA berusaha memuaskan kebutuhan dan keinginan debitur dengan memperbaiki kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan dengan memberikan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mendorong untuk lebih proaktif dalam memasarkan produknya serta dari segi kemudahan dalam bertransaksi, kecepatan dan service yang sesuai dengan ekspektasi debitur serta melakukan perbaikan pada atribut-atribut pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan debitur serta mempebesar loyalitas debitur kepada bank. Kepuasan debitur yang sangat tinggi menyebabkan loyalitas lebih lama, membeli lebih banyak ketika bank menawarkan produk baru atau memperbarui produk yang sudah ada.

Selain bunga, loyalitas, kepuasan dan kualitas layanan yang mempengaruhi debitur ternyata ketentuan dari Bank Indonesia mengenai LTV (*Loan To Value*) juga sangat berpengaruh terhadap debitur karena peraturan LTV tersebut mempengaruhi pinjaman dan plafon kredit yang

disetujui oleh bank. Berdasarkan kebutuhan akan tempat tinggal maka, pada tahun 2000 BCA mendirikan suatu Divisi Unit Bisnis Kredit Konsumer/ UBKK KPR BCA Kantor Pusat yang terletak di Grand Indonesia dan Pondok Indah. UBKK ini sendiri difokuskan untuk memproses produk KPR dan melayani debitur dalam hal melakukan pembelian rumah melalui KPR BCA. UBKK ini adalah unit yang mempromosikan dan menginformasikan KPR dari segi bunga, keuntungan dan manfaatnya selain itu debitur dapat melakukan pembelian tempat tinggal selain rumah bisa juga untuk pembelian apartemen, ruko sesuai dengan wilayah yang debitur inginkan secara kredit melalui KPR BCA. Proses kerja pada UBKK adalah mulai dari debitur mengajukan *form* permohonan pengajuan KPR, persetujuan, akad kredit, penyimpanan dokumen dan pelunasan.

Untuk meningkatkan ketertarikan debitur dalam rangka pembelian rumah melalui kredit, maka BCA mengedepankan yang paling diutamakan yaitu kualitas dalam segi pelayanan pada saat akad kredit yang dapat memberikan kepuasan antara debitur dengan BCA sehingga menimbulkan loyalitas dari diri debitur sendiri. Agar debitur mendapatkan kepuasan maka BCA berupaya yang terbaik dalam proses KPR yaitu Apabila proses permohonan kredit debitur sudah disetujui dan persyaratan yang diperlukan oleh BCA sudah dipenuhi serta dokumen–dokumen yang dibutuhkan sudah dilengkapi oleh debitur maka akan dilanjutkan untuk proses penandatanganan akad kredit, sebelum akad kredit itu dilaksanakan akan dilakukan konfirmasi terlebih dahulu oleh pihak BCA antara debitur dengan notaris untuk menentukan waktu dan tempat akan dilakukannya proses penandatanganan kredit debitur tersebut.

Permasalahan yang ada yaitu pada saat akad kredit berlangsung, disini akan terjadi komunikasi antara petugas akad BCA dengan debitur dan pihak ketiga lainnya seperti notaris. Dari proses akad kredit tersebut akan diketahui dan terlihat apakah petugas akad BCA datang tepat waktu, pelayanan dan informasi serta waktu untuk proses akad tersebut sesuai dengan yang sudah ditentukan, yaitu untuk proses KPR Umum ± 1 s/d 1,5

jam sedangkan proses KPR *Refinancing* \pm 1 jam. Setelah proses akad selesai maka petugas akad harus segera mengirimkan hasil akad kredit tersebut untuk diproses oleh bagian pencairan dana.

Apabila waktu untuk proses akad yang sudah ditentukan masih belum selesai, maka perlu diketahui penyebab yang menghambat proses akad kredit tersebut. Penyebab proses akad tersebut bisa dari berbagai masalah yang ada bisa dari debitur sendiri atau pihak lainnya, tetapi permasalahan ada di petugas akad BCA yaitu tidak memberikan informasi yang lengkap, pelayanan yang tidak maksimal, antusias yang kurang serta tidak memberikan solusi kepada debitur, sehingga pada saat akad kredit menimbulkan komplain atau keluhan serta masalah pada saat akad kredit berlangsung atau setelah proses akad kredit tersebut selesai.

Bila akad kredit berlangsung lama dan tidak konsisten dengan waktu yang sudah ditentukan, maka hal ini bisa menyebabkan terhambatnya proses pencairan dana ke rekening debitur atau penjual. Apabila pencairan dana terhambat selain menimbulkan complainan dari debitur maka akan berpengaruh terhadap kinerja pendamping akad BCA yang harus melakukan konfirmasi dan penjelasan secara berulang-ulang antara debitur dan pihak-pihak lainnya yang terkait. Untuk bagian pencairan dana dari segi waktu dan kualitas akan menjadi pengaruh terhadap proses penginputan dan mempunyai waktu yang sedikit untuk pemeriksaan dokumen yang diperlukan untuk melakukan proses pencairan dana sehingga dapat menyebabkan kesalahan dan *human error* yang tinggi.

Akibat dari permasalahan tersebut secara langsung berdampak pada perubahan loyalitas debitur kepada bank untuk produk dan pelayanan yang sudah diterimanya, secara otomatis debitur menjadi kecewa, komplain dan tidak akan melakukan transaksi lagi di KPR BCA atau merekomendasikan kepada yang lain. Loyalitas merupakan faktor yang paling penting dalam bisnis karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan debitur apabila tidak disertai dengan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan debitur maka tidak mungkin debitur akan melakukan transaksi kembali.

Loyalitas merupakan hal yang bersifat emosional dari konsumen dan didapatkan dari usaha dan perjalanan yang panjang dari sebuah produk karena loyalitas terbentuk berdasarkan pengalaman konsumen terhadap produk yang didasarkan pada betapa baik dan berfungsinya sebuah produk dengan tepat berdasarkan hal yang dijanjikan. Loyalitas menjadi hal yang penting karena dengan tingginya loyalitas konsumen terhadap suatu produk akan mendukung produk tersebut secara langsung dimana konsumen akan setia menggunakan produk dan tidak mudah berganti ke produk lain sehingga produk akan memiliki *positioning* yang sangat penting dibenak konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa latar belakang masalah tersebut diatas adalah loyalitas debitur menjadi berkurang dikarenakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterimanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Sesuai dengan hal tersebut penulis tertarik untuk mengetahui Determinan Loyalitas Debitur Pada KPR PT. Bank Central Asia, Tbk.

1.2 Penelitian Terdahulu

Dharmayanti (2006), melakukan penelitian untuk mengetahui apakah kinerja pelayanan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri cabang Surabaya dan sejauh manakah peran interaksi kinerja pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai *moderating* variabel dalam mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Mandiri cabang Surabaya. Penelitiannya menunjukkan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

Bharwana, Bashir dan Mohsin (2013), melakukan penelitian untuk mengetahui kualitas layanan yang ditawarkan oleh perguruan tinggi sehingga mereka perguruan tinggi dapat bersaing saingan mereka dan

mencari kepuasan dari siswa. Penelitiannya menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan.

Beigi, Jorfi, Tajarrod dan Beigi (2016), melakukan penelitian untuk mengetahui efek dari kualitas layanan e-banking pada kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penelitiannya menunjukkan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

Sanayei, Shahin dan Taheri (2012), melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

Mohsan, Nawas, Khan, Shaukat dan Aslam (2011), melakukan penelitian untuk menemukan dampak dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan niat untuk beralih. Penelitiannya menunjukkan, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

Ivanauskiene dan Volungenaite (2014), melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitiannya menunjukkan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas

Awara (2014), melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan; kepuasan pelanggan dan *patronage* pelanggan; dan kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan. Penelitiannya menunjukkan, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas

Mossahab, Mahamad dan Ramayah (2010), melakukan penelitian untuk mengetahui kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bank dan untuk mempelajari hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Penelitiannya menunjukkan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa: kualitas pelayanan dan kepuasan sangat berpengaruh terhadap loyalitas hal ini dapat disampaikan bahwa loyalitas memiliki

peranan penting kualitas pelayanan agar dapat tercapainya kepuasan debitur. Namun hasil penelitian terdahulu apakah berlaku di BCA oleh karena itu diperlukan penelitian ini untuk mengetahui loyalitas debitur kepada KPR BCA.

1.3 Identifikasi Masalah

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para debitur agar menjadi loyal kepada perusahaan karena merasa puas terhadap pelayanan atau jasa yang diberikan dan diterima oleh debitur. Pada kondisi yang sebenarnya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan KPR BCA dengan peneliti terdahulu bahwa terdapat ketidak sesuaian yang diterima oleh debitur mengenai kualitas pelayanan sehingga mereka merasa kecewa dan marah karena tidak mendapatkan pelayanan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya sehingga mereka tidak puas dan timbul keluhan mengenai kualitas pelayanan yang diterima

1.4 Batasan Masalah

Karena banyaknya masalah yang diidentifikasi maka peneliti melakukan pembatasan masalah agar tidak meluasnya permasalahan yang dibawakan dalam penelitian ini. Adapun batasan masalah ini dengan maksud agar lebih dan tetap konsisten sehingga mendapatkan penyelesaian atas masalah tersebut. Beberapa masalah yang akan penulis bahas adalah Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Debitur.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan-batasan masalah yang ada, maka peneliti membuat rumusan masalah yang meliputi: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan debitur; (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas debitur; (3) Apakah kepuasan debitur berpengaruh terhadap loyalitas debitur KPR BCA.

1.6 Tujuan Penelitian

Dari rumusan diatas maka tujuan penelitian ini meliputi: (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan debitur KPR BCA; (2) Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas debitur KPR BCA; (3) Untuk mengetahui kepuasan debitur berpengaruh terhadap loyalitas debitur KPR BCA.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan saran pemikiran dan wawasan agar dapat lebih meningkatkan kinerja pekerja bank dalam memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada debitur, sehingga dapat memberikan kesan serta kepuasan yang mendalam kepada debitur dan menciptakan loyalitas yang tinggi dari debitur agar dapat lebih terjalin kerjasama yang jauh lebih baik antara bank dan debitur. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbang saran untuk menambah informasi dan wawasan kepada Unit Bisnis Kredit Konsumer KPR BCA Kantor Pusat. Untuk Universitas Esa Unggul Jakarta, sebagai referensi dan kepustakaan bagi penulis berikutnya mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas antara bank dan debitur.

1.8 Sistematika Penulisan

Tesis ini tersusun dalam 6 (enam) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, penelitian terdahulu identifikasi, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian.

**BAB III: RERANGKA KONSEPTUAL dan HIPOTESIS
PENELITIAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai rerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB IV: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data serta definisi operasional variabel.

BAB V: HASIL dan PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum obyek penelitian mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, demografi responden. Bab ini juga akan membahas mengenai hasil hubungan dimensi setiap variabel yang diteliti.

BAB VI: KESIMPULAN dan SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan.