

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Sektor perbankan merupakan salah satu sektor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perekonomian suatu negara. Pertumbuhan perbankan di Indonesia juga mengalami perubahan setelah kemajuan teknologi dan globalisasi yang semakin cepat. (Purnamawati,2014) mengatakan bahwa era globalisasi juga memiliki dampak yang sangat besar terhadap berbagai sektor perekonomian termasuk sektor perbankan yang ditandai dengan liberalisasi perdagangan dan investasi ekonomi pasar bebas dengan keterlibatan Indonesia didalamnya. Globalisasi perdagangan dunia menghadirkan tantangan yang beragam dan persaingan yang sangat ketat bagi setiap sektor industri, termasuk industri perbankan, sehingga sektor perbankan dituntut untuk lebih meningkatkan kinerjanya. Bank sangat bergantung pada pendapatan yang diperoleh dari volume penyaluran kredit sehingga dalam kegiatan oprasionalnya sangat menekankan pada peningkatan volume pencairan kredit. Jika dibandingkan antara bank umum dan bank perkreditan rakyat terdapat ketimpangan yang sangat signifikan dari segi permodalan. Sehingga sangat mempengaruhi aktivitas pemasaran yang dilakukan yang akhirnya berdampak pada keputusan calon nasabah dalam mengambil kredit.

Proses pengambilan kredit oleh seorang nasabah itu sendiri terjadi ketika seorang nasabah memutuskan untuk mengambil kredit pada suatu bank. Keputusan nasabah dalam mengambil kredit merupakan salah satu proses yang ada dalam aktivitas perbankan, setelah mempertimbangkan kemudian memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada. Adanya perbedaan jumlah nasabah yang

memutuskan untuk mengambil kredit pada suatu bank di Daerah Kabupaten Buleleng ini yang membuat penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian. Pada dasarnya Bank Perkreditan Rakyat merupakan jenis bank yang beroperasi pada sektor kredit mikro sehingga segmentasi pasarnya adalah nasabah dengan kalangan masyarakat menengah ke bawah. Namun pada kenyatannya, saat ini keberadaan Bank Perkreditan Rakyat semakin terdesak oleh keberadaan bank umum dan bank asing, sehingga baik nasabah dari kalangan menengah ke bawah atau menengah ke atas sama-sama lebih memilih mengambil kredit ke bank umum dan bank asing tersebut.

Berdasarkan pengamatan penulis, bank umum dan bank asing tersebut memiliki modal yang lebih besar. Adanya modal yang lebih besar tersebut, mereka mampu memberikan hadiah yang lebih spektakuler seperti mobil bagi nasabah yang beruntung, guna menarik perhatian nasabah serta sebagai sarana pemasaran perbankan. Bank umum dan bank asing dengan modalnya yang lebih besar juga dapat melakukan berbagai strategi pemasaran seperti memberikan fasilitas perbankan yang memadai dan pelayanan eksklusif (*service excellent*) misalnya pelayanan oleh seorang satpam yang berdiri di depan pintu kemudian memberikan ucapan selamat datang dan memberikan penjelasan mengenai cara bertransaksi. Cara tersebut dilakukan agar bank tersebut dapat dinilai menjadi bank yang besar serta terpercaya. Masyarakat terkadang cenderung memilih untuk bertransaksi kepada bank yang lebih memiliki nama besar atau citra perbankan yang baik, karena dinilai bank dengan citra perbankan yang baik akan lebih memuaskan nasabah.

Citra Perbankan adalah respon masyarakat terhadap perbankan yang

diwujudkan dalam ide atau keyakinan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh perbankan tersebut. Dengan memperhatikan nama baik dan citra yang dimiliki oleh suatu perbankan, akan mempengaruhi pemilihan nasabah dalam memutuskan untuk mengambil kredit pada bank tersebut. Nama baik suatu bank juga sangat dipengaruhi oleh perilaku karyawan yang bebas dari korupsi, karena tindakan korupsi sangat susah dideteksi secara dini. Karena perilaku karyawan yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku tidak bisa menjamin untuk bebas korupsi, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Purnamawati (2018) menunjukkan bahwa persepsi individu mengenai perilaku etis tidak berpengaruh terhadap pendeteksian *fraud*. Perbankan yang memiliki citra positif diyakini dimata masyarakat akan dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan lancar dan terjamin kelangsungan usahanya. Hal ini karena perbankan merupakan sektor yang tidak bisa terlepas dari masyarakat karena sebagian besar aktivitas usaha perbankan berasal dari himpunan dana masyarakat.

Pengamatan penulis dan wawancara dengan salah satu karyawan di BPR Kanaya yang bernama Putu Wahyu Dana Yadnya mengatakan bahwa “tingkat keramaian nasabah yang berdatangan pada bank-bank di Singaraja dapat dikatakan bahwa jumlah nasabah pada BPR Kanaya lebih sedikit dibandingkan bank- bank disekitarnya yang memang memiliki citra dan nama besar yaitu Bank Mandiri, Bank BTN, Bank BNI, Bank BCA dan Bank BPD”. Kondisi inilah yang menjadi salah satu permasalahan pada BPR Kanaya, karena saat ini di Kabupaten Buleleng bank umum yang memiliki nama besar kini semakin banyak. Letak bank-bank tersebut yang berdekatan, membuat persaingan di antara mereka semakin ketat, sehingga kemungkinan pengaruh citra perbankan juga berpengaruh terhadap

pemilihan nasabah dalam mengambil kredit di antara bank- bank tersebut. Dengan demikian, BPR Kanaya harus benar-benar siap dalam menghadapi persaingan tersebut melalui beberapa usaha salah satunya dalam hal strategi pemasaran yang mantap guna menarik nasabah khususnya mengambil sektor kredit mikro yang memang pada dasarnya adalah pasar dari keberadaan Bank Perkreditan Rakyat di suatu daerah.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Amalia (2014) di Bank Jateng Cabang Kudus menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan dan Prosedur terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. Hal ini menunjukkan kualitas sistem pelayanan dari suatu bank juga pantas menjadi pertimbangan bagi nasabah karena nasabah juga mencari kenyamanan saat bertransaksi. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah (Lumpiyoadi.2001). menurut Boediono (1999) yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan (*customer service*) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha kredit menang dalam persaingan melalui pemberian atau perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah. Menurut Kotler (Subihaiani.2001) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*).

Kualitas pelayanan BPR Kanaya yang penulis temui masih terdapat beberapa kelemahan terutama dalam hal pelayanan kredit. Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada BPR Kanaya

kurang adalah kurang optimalnya kualitas pelayanan dari bank seperti pelayanannya yang terbilang kurang cepat dalam hal menyampaikan informasi pencairan kredit. Walaupun tergolong masyarakat menengah ke bawah, namun mereka juga ingin dihargai dan dilayani dengan istimewa. Hal itu penting dipertimbangkan karena masyarakat menengah ke bawah itulah yang merupakan pangsa pasar dari BPR Kanaya. Faktor pelayanan yang diberikan oleh pihak bank menjadi salah satu faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruh antara citra perbankan dengan keputusan nasabah dalam mengambil kredit.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi hubungan antara citra perbankan dan keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah prosedur kredit yang diterapkan oleh pihak bank. Menurut Hasibun (2006) prosedur kredit adalah suatu tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit. Prosedur kredit dapat diartikan sebagai upaya bank dalam mengurangi resiko pemberian kredit, yang dimulai dengan tahapan penyusunan perencanaan pengkreditan, dilanjutkan dengan proses pemberian keputusan kredit (prakarsa, analisis dan evaluasi, negoisasi, rekomendasi dan pemberian keputusan kredit), penyusunan pemberian kredit, dokumentasi dan administrasi kredit, persetujuan pencairan kredit serta pengawasan dan pembinaan kredit (Kuncoro.2002).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho (2012) pada Bank BPR Boyolali menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan dan Prosedur terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. Prosedur kredit yang berbelit-belit, terlalu lama dan kurang konsisten akan lebih menyita waktu sehingga nasabah akan memilih bank yang memiliki sistem pelayanan yang praktis, cepat, tepat serta konsisten. Masyarakat Buleleng yang mayoritas merupakan

masyarakat pedesaan, menyebabkan kepehaman mereka terhadap suatu prosedur-prosedur kredit masih minim. Prosedur kredit yang dinilai mudah, dapat dipahami dan cepat meski dengan suku bunga yang sedikit mahal, kemungkinan akan tetap berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam mengambil kredit pada suatu perbankan.

Strategi pemasaran pada Bank Perkreditan Rakyat khususnya BPR Kanaya agar dapat mengikuti persaingan yang ada, maka perlu adanya suatu penelitian. Penelitian tersebut penting untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor-faktor yang telah dijelaskan tersebut dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa suatu bank khususnya transaksi pengambilan kredit pada BPR Kanaya. Berkaitan dengan hal itu maka penulis bermaksud membuat skripsi yang membahas mengenai “Pengaruh Citra Perbankan terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit dengan Pelayanan dan Prosedur Kredit sebagai Variabel Moderating” dipilihnya pelayanan dan prosedur kredit sebagai variabel moderasi karena citra perbankan dapat dinilai melalui empat elemen yaitu : *Personality, Reputation, Value, dan Corporate Identity*, yang didalamnya terdapat bagaimana bank mampu memberikan tanggung jawab social dan bagaimana kegiatan operasional perbankan seperti : kualitas pelayanan, jaminan keamanan, dan prosedur kredit pada bank tersebut. Kesenjangan modal yang terjadi antara bank, menuntut setiap perbankan berusaha untuk mengimbangi *market share* dengan meningkatkan citra perusahaan dan pelayanan prima, sehingga dengan modal yang kecil setiap perbankan memiliki kedudukan yang sama dimata masyarakat, itulah yang mendasari penulis untuk meneliti pengaruh citra perbankan terhadap

keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan pelayanan dan prosedur kredit sebagai variabel moderating.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan, yakni sebagai berikut :

1. PT. BPR Kanaya belum dapat mengenai sasaran nasabah yang seharusnya dituju. Hal itu ditunjukkan dengan kurang mendapatkannya nasabah dari kalangan menengah ke bawah.
2. PT. BPR Kanaya semakin terdesak oleh bertambahnya BPR yang memiliki lokasi berdekatan seperti BPR Indra Candra, BPR Suryajaya Kubutambahan, dan BPR Nusamba yang lebih memiliki modal besar untuk melakukan berbagai strategi pemasaran perbankan guna menarik nasabah.
3. Nasabah lebih memilih menggunakan jasa perbankan pada bank yang lebih memiliki nama besar atau citra perbankan. Belum optimalnya pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. BPR Kanaya.
4. Sebagian besar nasabah di Kabupaten Buleleng adalah masyarakat kecil pedesaan yang memiliki keterbatasan dalam memahami dan mengerti prosedur kredit.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, maka terdapat suatu pembatasan masalah. Faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam mengambil kredit tersebut sangat kompleks apabila penelitian dilakukan dengan meneliti semua faktor. Untuk

mendapatkan hasil penelitian yang terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka di dalam penelitian ini hanya dibatasi pada satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit yaitu citra perbankan dengan pelayanan dan prosedur kredit sebagai variabel moderating.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada PT. BPR Kanaya ?
2. Bagaimana pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan pelayanan sebagai variabel moderasi pada PT. BPR Kanaya ?
3. Bagaimana pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan prosedur kredit sebagai variabel moderasi pada PT. BPR Kanaya ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada PT. BPR Kanaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan pelayanan sebagai variabel moderasi pada PT.

BPR Kanaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan prosedur kredit sebagai variabel moderasi pada PT. BPR Kanaya

## 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

### 1.6.1 Manfaat teoritis

1. Bagi penulis memiliki kesempatan untuk mengetahui praktik yang sesungguhnya dihadapi bank dalam menjalankan operasinya dan sampai sejauh mana dapat diterapkannya teori-teori yang diperoleh selama kegiatan perkuliahan terhadap kehidupan nyata.
2. Bagi mahasiswa dan pelajar sebagai bahan referensi untuk mengenal dan mengetahui dunia perbankan secara spesifik.

### 1.6.2 Manfaat praktis

1. Bagi pihak bank hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank sebagai bahan pemikiran dalam memperbaiki dan menyusun rencana, kebijakan bank, dan strategi untuk mengelola bank khususnya bank perkreditan rakyat terkait dengan keputusan nasabah dalam mengambil kredit.

2. Bagi pihak universitas diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan perbandingan kepentingan ilmiah dan referensi mahasiswa dalam rangka menambah pengetahuan khususnya dibidang akuntansi.

