

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Maraknya digitalisasi jasa layanan keuangan membuat banyak bermunculan *start up* fintech (*financial technology*), sehingga muncul persepsi fintech merupakan *shadow banking*, hingga akhirnya OJK membuat peraturan mengenai fintech. (Saraswati, 2018)

*Start up* fintech memiliki beberapa risiko seperti risiko diserang peretas, risiko gagal bayar bagi fintech yang bisnisnya menjadi perantara pembiayaan, risiko penipuan, dan risiko rentan penyalahgunaan data klien. Untuk produk fintech berkategori P2P (*Peer to Peer*) Lending menawarkan bunga pinjaman yang relatif tinggi dan jangka waktu pinjaman yang lebih singkat jika dibandingkan yang ditawarkan oleh Bank, sehingga Bank tetap menjadi opsi utama dalam pemilihan produk jasa pembiayaan/ kredit bagi masyarakat yang *bankable*.

Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang digunakan untuk membiayai barang barang konsumtif seperti pembelian rumah (KPR) dan kendaraan yang sumber pembayarannya berasal dari pendapatan/ gaji bukan dari objek yang dibiayai. (Ikatan Bankir Indonesia, 2016)

Sejalan dengan survei pelanggan yang dilakukan BI bahwa diperkirakan pertumbuhan pembiayaan/kredit pada tahun 2018 akan mencapai 11,06% yoy lebih tinggi dibandingkan realisasi pertumbuhan pembiayaan tahun 2017 sebesar

8,2% yoy. Hal ini didorong oleh adanya kebijakan makroprudensial yang ditempuh oleh BI guna menjaga pemulihan ekonomi dengan stabilitas sistem keuangan yang tetap terkendali. (Bank Indonesia, 2018)

Populasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim merupakan market yang potensial bagi produk dan jasa syariah, namun potensi ini masih belum tergarap dengan optimal. Hal ini terlihat dari *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional yang sebesar 5,73% pada Juli 2018 (Saraswati, 2018)

Surveyone telah melakukan survei online kepada masyarakat yang telah menggunakan jasa pembiayaan konsumtif, dalam hal ini adalah produk KPR. Ditemukan sejumlah faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih KPR. Faktor yang menjadi pertimbangannya adalah bunga kredit/margin pembiayaan (83,7%), jangka waktu pembiayaan (58,1%), plafon pembiayaan yang diberikan (55,8%), sedangkan faktor lamanya proses dan asuransi berada di urutan keempat dan kelima. (Leorance, 2018).

Saat diminta untuk merunut tiga faktor utama dalam pemilihan keputusan, hasil survei mendapatkan bahwa perhitungan margin pembiayaan tetap dianggap paling penting sebanyak 86%, faktor kedua ditempati oleh besarnya plafond pembiayaan dan kemudian diikuti oleh faktor jangka waktu pembiayaan. (Leorance, 2018).

Tidak mengherankan jika hal terpenting yang dipilih responden dalam memilih produk pembiayaan adalah margin pembiayaan, karena hal ini terkait dengan uang yang akan dikeluarkan responden selama jangka waktu pembiayaan.

Karena itu banyak terjadi persaingan antara bank penyedia pembiayaan dalam menawarkan besaran margin pembiayaan untuk memikat nasabah.

Dalam survei yang sama, merek suatu bank mempengaruhi pertimbangan dalam memilih pembiayaan sangat berpengaruh (41,9%), berpengaruh (39,5 %), tidak berpengaruh (16,3%) dan sangat tidak berpengaruh (2,3%). Ditemukan juga bahwa pelayanan yang kooperatif petugas bank dalam membantu nasabah pembiayaan sangat berpengaruh (27,9%), berpengaruh (58,1%), tidak berpengaruh (9,3%), dan sangat tidak berpengaruh (4,7%). (Leorance, 2018).

Dalam Top Brand Award 2018 yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group, produk KPR BSM termasuk salah satu top brand dalam kategori produk pembiayaan rumah. Top brand ini berhasil meraih 3 parameter, yaitu *top of mind share*, *top of market share* dan *top of commitmen share*. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dikembangkan khusus untuk survei Top Brand Indeks (TBI). (Frontier, 2018).

Untuk kategori bank & finance yang melibatkan konvensional dan syariah, produk KPR Bank Syariah Mandiri (KPR BSM) meraih *top brand award* kategori KPR dengan TBI 4,1%. Menempati urutan keempat setelah KPR BTN (TBI 53,6%), KPR BRI (TBI 11,2%), KPR BCA (5,9%) dan BNI Griya (5,5%) (Frontier, 2018).

Layanan berkualitas dibutuhkan oleh bank dalam menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan. Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan nasabah. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*)

yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginan nasabah. (Tjiptono, 2007)

Harga jika dilihat dari sudut pandang nasabah seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas pemanfaatan suatu jasa. Nilai dapat dirasakan nasabah semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan nasabah yang maksimal. (Tjiptono, 2007)

Penetapan suku bunga bagi suatu bank konvensional merupakan penentuan harga dari komoditi yang diperjualbelikan oleh bank. Penetapan suku bunga kredit merupakan harga jual dana bank yang bersangkutan. Tingkat bunga adalah harga dari penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Penetapan suku bunga secara umum digolongkan menjadi dua, yaitu: *risk based* dan suku bunga pasar. (Ikatan Bankir Indonesia, 2016). Harga jasa bank dalam bank syariah dikenal sebagai margin pembiayaan.

Berdasarkan penelitian Susanti (2016); Ika (2015) bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut penelitian Laksana (2011) bahwa besar margin pembiayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

Karyawan Bank adalah orang yang teredukasi dengan baik dibandingkan masyarakat pada umumnya terkait jasa bank itu sendiri, karena karyawan dalam sehari harinya bergelut dengan jasa perbankan. Sehingga diharapkan karyawan bank termasuk dalam kategori *well literate*, yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk

fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. (Bank Indonesia, 2018)

Karyawan bank dipilih karena untuk memudahkan pengambilan sample, dan selain itu penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan oleh pihak intern Bank dalam melakukan kajian atas pembiayaan intern karyawan/ soft loan sebagai bentuk retensi dan apresiasi karyawan.

Pentingnya faktor kualitas layanan dan persepsi besar margin pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam rangka meningkatkan market share pembiayaan syariah yang masih berada di 5,7%, maka peneliti merasakan perlu untuk melakukan kajian **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Besar Margin Pembiayaan, terhadap Keputusan Permohonan Pembiayaan Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Objek Penelitian Karyawan Bank”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Peneliti akan membahas rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan permohonan pembiayaan?
2. Apakah persepsi besar margin pembiayaan berpengaruh positif terhadap keputusan permohonan pembiayaan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah?

4. Apakah persepsi besar margin pembiayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah keputusan permohonan pembiayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi dengan keputusan permohonan pembiayaan?
7. Apakah persepsi besar margin pembiayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi dengan keputusan permohonan pembiayaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan permohonan pembiayaan.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi besar margin pembiayaan terhadap keputusan permohonan pembiayaan.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi besar margin pembiayaan terhadap kepuasan nasabah.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh keputusan permohonan pembiayaan terhadap kepuasan nasabah.

6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi dengan keputusan permohonan pembiayaan.
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi besar margin pembiayaan terhadap kepuasan nasabah yang dimediasi dengan keputusan permohonan pembiayaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa layanan perbankan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melihat pengaruh keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan bank berdasarkan kualitas layanan, margin pembiayaan, dengan kepuasan nasabah`

Pihak- pihak yang dapat menggunakan hasil penelitian ini diantaranya adalah:

1. Pihak regulator, bahan pertimbangan dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan perbankan.
2. Kalangan industri perbankan, dapat memetakan keputusan nasabah berdasarkan kualitas layanan, margin pembiayaan dengan kepuasan nasabah dalam memilih jasa layanan perbankan. Dan sebagai kajian atas pembiayaan intern karyawan/ soft loan sebagai bentuk retensi dan apresiasi karyawan..
3. Secara akademis; dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya

4. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan baik secara teori maupun praktek di bidang manajemen pemasaran.