

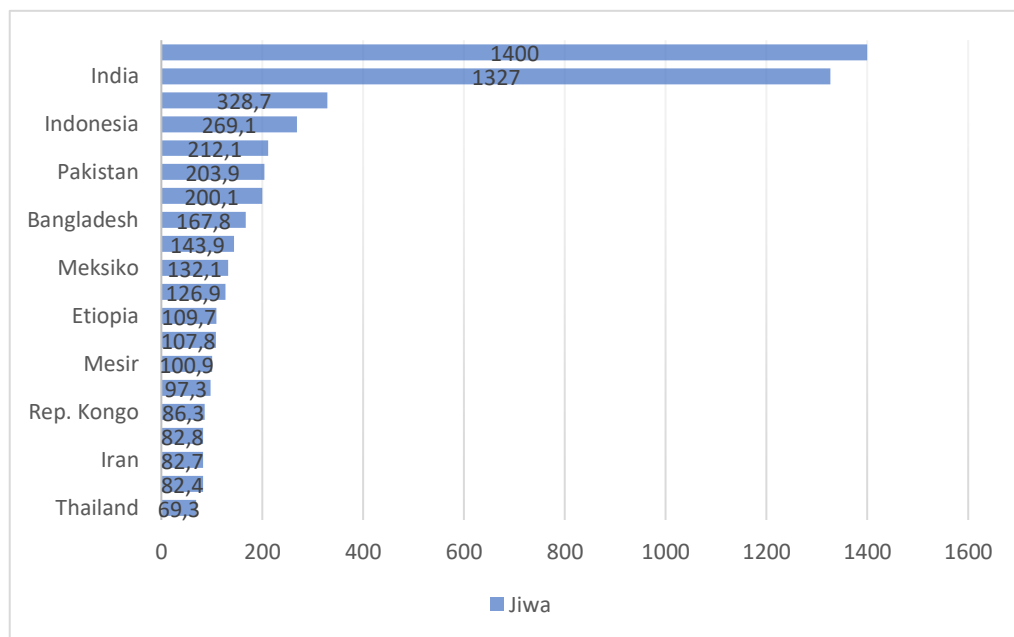
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan jumlah total populasi sekitar 269 juta jiwa penduduk atau 3,49 % dari total populasi dunia, Indonesia berada di peringkat keempat negara berpenduduk terbanyak di dunia setelah Tiongkok (1,42 miliar jiwa), India (1,37 miliar jiwa) dan Amerika Serikat (328 juta jiwa). Sebanyak 56% atau 150 juta jiwa dari penduduk Indonesia adalah masyarakat urban. Jumlah penduduk Indonesia terus tumbuh dari 261,1 juta jiwa pada 2016 menjadi 263,9 juta jiwa pada 2017. Pada 2018, jumlah penduduk Indonesia mencapai 266,7 juta jiwa.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>



Sumber : Worldometers, 28 April 2019
Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Dunia 2019

Menurut proyeksi yang dilakukan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dengan menilik populasi absolut Indonesia di masa depan, maka negeri ini akan memiliki penduduk lebih dari 270 juta jiwa pada tahun 2025, lebih dari 285 juta jiwa pada tahun 2035 dan 290 juta jiwa pada tahun 2045. Baru setelah 2050 populasi Indonesia akan berkurang.

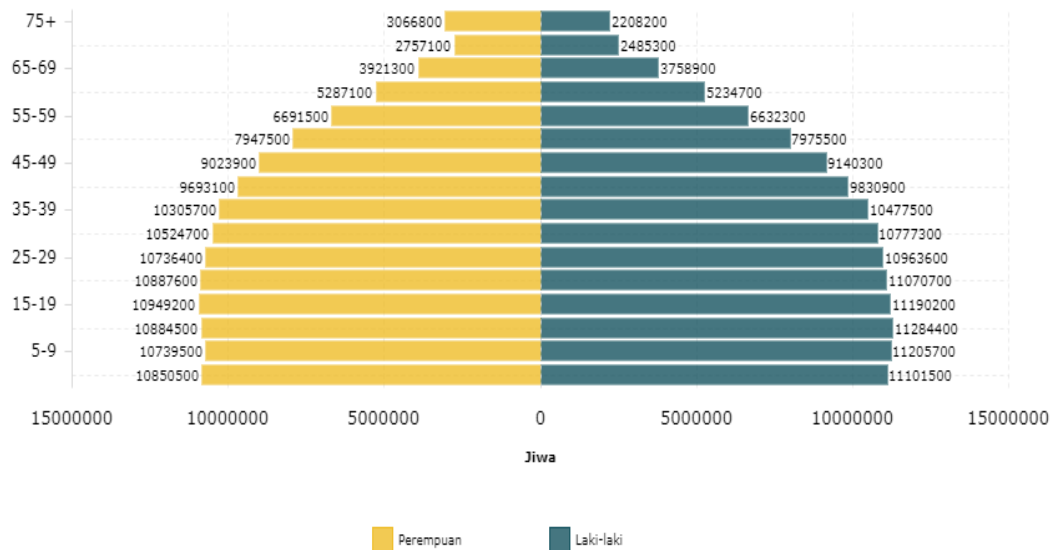
(<https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67>)

Menurut proyeksi PBB pada tahun 2050 dua pertiga populasi Indonesia akan tinggal di wilayah perkotaan. Sejak 40 tahun yang lalu Indonesia sedang mengalami sebuah proses urbanisasi yang pesat makanya sekarang sedikit lebih dari setengah jumlah total penduduk Indonesia tinggal di wilayah perkotaan. Proses ini menunjukkan perkembangan positif bagi ekonomi Indonesia karena urbanisasi dan industrialisasi akan membuat tumbuhnya ekonomi lebih maju dan menjadikan Indonesia negeri dengan tingkat pendapatan menengah ke atas.

(<https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67>)

Berdasarkan proyeksi penduduk 2015-2045 hasil Survei Penduduk Antar Sensus (Supas) 2015, **jumlah penduduk Indonesia** akan mencapai 269,6 juta jiwa pada 2020. Angka tersebut terdiri atas 135,34 juta jiwa laki-laki dan 134,27 juta perempuan. Sebanyak 66,07 juta jiwa masuk kategori usia belum produktif (0-4 tahun), kemudian sebanyak 185,34 juta jiwa merupakan kelompok usia produktif (15-64 tahun), dan sebanyak 18,2 juta jiwa merupakan penduduk usia sudah tidak produktif (65+). Saat ini Indonesia memasuki era bonus demografi, yakni jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dibanding usia tidak produktif (usia belum produktif + usia tidak produktif).

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/02/inilah-proyeksi-jumlah-penduduk-indonesia-2020>)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) 2019

Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur

Dari jumlah tersebut, 80 juta di antaranya merupakan generasi milenial yang lahir antara 1980-1999. Namun siapa sangka, di balik hingar bingar gairah generasi milenial ini, menurut jurnalis koran SINDO, Tasmilah yang dikutip dari website Okezone.com, ada satu persoalan perlu mendapat perhatian dan bahkan perlu mendapatkan bantuan dari pemerintah. Persoalan tersebut ada pada penyediaan rumah/tempat tinggal sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia. Kemampuan penyediaan rumah saat ini berkejaran dengan meningkatnya jumlah penduduk yang memasuki usia produktif. Penyediaan rumah menjadi salah satu bagian penting dalam majunya sebuah negara. Rumah menjadi pilar tumbuh kembangnya keluarga yang baik dari sisi kesejahteraan, kesehatan hingga aspek sosial.

(<https://economy.okezone.com/read/2018/03/01/470/1866493/milenial-dan-kebutuhan-perumahan?page=1>)

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat melalui Direktorat Jenderal Pembiayaan Perumahan memperkirakan hingga tahun 2025 angka kebutuhan rumah di Indonesia mencapai 30 juta unit, sehingga kebutuhan rumah baru diperkirakan mencapai 1,2 juta unit per tahun. Menurutnya, jika mengacu pada UUD 1945, setiap warga negara Indonesia harus mendapatkan tempat tinggal atau rumah layak huni. Namun dalam kenyataannya, negara masih belum mampu dan jauh dapat memenuhi dan melaksanakan kewajiban untuk menyediakan rumah layak huni bagi rakyat Indonesia.

(<https://money.kompas.com/read/2016/09/17/195151226/hingga.2025.kebutuhan.rumah.di.indonesia.tembus.30.juta.unit>)

Membeli sebuah rumah untuk tempat tinggal memang impian setiap orang. Karena rumah merupakan salah satu kebutuhan penting yang mesti dipenuhi dalam hidup. Selain makanan, manusia juga butuh rumah untuk tempat tinggal. Namun seperti kita ketahui, membeli rumah tentunya tidak semudah membeli barang lain. Dibutuhkan uang yang tidak sedikit untuk membeli sebuah rumah. Apalagi harga rumah dan tanah selalu naik setiap tahunnya karena inflasi. Hal tersebut membuat sebagian orang memilih jalan lain untuk memiliki rumah, yakni secara Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah produk pembiayaan atau pinjaman yang diberikan kepada pembeli rumah dengan skema pembiayaan sampai dengan persentase tertentu dari harga rumah atau properti. KPR di Indonesia hingga saat

ini masih disediakan oleh perbankan, meskipun sudah ada beberapa perusahaan pembiayaan (*leasing*) yang juga menyalurkan pembiayaan dari lembaga sekunder pembiayaan perumahan.

Bank ABC adalah salah satu yang menawarkan produk KPR di Indonesia, Bank ABC adalah lembaga keuangan di Indonesia yang berdiri sejak 27 November 1991 dan memiliki kantor pusat di Jakarta. Saat ini Bank ABC telah memiliki 8 kantor wilayah yaitu di Jakarta, Bintaro, Semarang, Bandung, Surabaya, Makassar, Padang dan Banjarmasin. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Pimpinan Cabang wilayah Surabaya, Bank ABC Surabaya telah bekerjasama dengan beberapa *developer* serta *property agent* seperti Chalidana Group, Jayaland, Citraland, Graha Agung, Brighton, Ray White dan Loan Market.

Fokus dalam penelitian ini yaitu Bank ABC wilayah Surabaya karena prospek dan minat nasabah pembiayaan properti begitu besar serta jumlah calon nasabah yang sangat banyak serta Bank ABC yang merupakan pemain baru dalam pembiayaan di Segmen Properti.

Bank ABC membantu masyarakat Surabaya yang belum mempunyai rumah tinggal, dimana konsumen/nasabah hanya perlu membayar uang muka minimal 5% dari harga rumah, sedangkan sisanya akan dibayarkan kepada developer/penjual dalam bentuk pembiayaan KPR oleh Bank ABC jika proses pengajuan telah disetujui. Nasabah atau konsumen akan mengangsur dengan jumlah yang telah ditetapkan oleh Bank ABC selama jangka waktu yang telah disetujui bersama. Dari hasil penelitian pendahuluan, informasi yang didapatkan dari bagian pemasaran KPR Bank ABC, proses yang berjalan adalah sebagai berikut :

1. Melengkapi persyaratan pengajuan kredit KPR, seperti dokumen pribadi dan dokumen rumah yang hendak dibeli.
2. Bank akan memeriksa semua dokumen secara administratif, juga akan memeriksa BI Checking calon debitur/nasabah.
3. Setelah lolos BI Checking, bank akan melakukan proses *Appraisal* (penilaian jaminan) atau untuk menentukan harga rumah yang akan dibeli. Tetapi jika rumah yang dibeli melalui Developer yang telah bekerja sama dengan Bank, cukup dengan menggunakan SPR (Surat Pesanan Rumah) yang diterbitkan oleh pihak Developer.
4. Mengkalkulasi penawaran dari Bank baik dari suku bunga, syarat dan ketentuan kredit serta rincian biaya KPR.
5. Kredit disetujui oleh Bank.
6. Tanda tangan Akad Kredit KPR, proses ini dilakukan di hadapan notaris yang telah bekerjasama dengan Bank dan dihadiri oleh beberapa pihak seperti pembeli (suami dan istri), wakil dari bank, pihak penjual / developer dan notaris.

Konsumen yang memanfaatkan jasa Bank ABC ini tentunya harus memenuhi beberapa persyaratan administrasi, yaitu mengisi formulir aplikasi pengajuan, dokumen identitas diri (KTP, NPWP, KK, Buku/Akta Nikah), dokumen penghasilan/keuangan (slip gaji/laporan penjualan/omset usaha) serta dokumen jaminan / rumah yang akan dibeli.

Permasalahan yang muncul, yaitu masih sedikit nasabah yang telah melakukan proses pengajuan KPR dengan Bank ABC dan akhirnya memilih

menggunakan jasa Bank ABC. Dari informasi yang didapatkan dari bagian pemasaran KPR Bank ABC, total nasabah KPR di Bank ABC untuk cabang Surabaya per Maret 2020 sejumlah 16 orang saja. Jumlah ini termasuk sedikit karena produk KPR Bank ABC sudah diluncurkan di awal tahun 2019. Karena termasuk pemain baru dalam dunia KPR dan masih banyak yang belum mengetahui bahwa Bank ABC juga mempunyai produk KPR sehingga membuat sebagian kecil nasabah saja yang memutuskan untuk membeli produk KPR Bank ABC.

Memang ada banyak faktor penilaian dari pihak Bank untuk dapat menyetujui pengajuan KPR oleh calon nasabah tersebut. Contohnya jika terdapat *wanprestasi* (pelaksanaan kewajiban yang tidak dipenuhi oleh nasabah jika terdapat pinjaman di tempat lain). DP (*Down Payment*) juga biasanya menjadi kendala bagi konsumen untuk memiliki rumah karena rata-rata perbankan meminta DP sebesar 20% s.d 30%. Jadi pembiayaan KPR maksimal di 70% s.d 80% dari nilai rumah.

Oleh karena itulah Bank ABC dengan produk KPRnya muncul dan mencoba untuk menjawab tantangan di masa depan yang hanya dengan DP 5% saja bisa membeli rumah baik itu rumah baru (*primary*) maupun rumah bekas (*secondary*). Dengan proses dan persyaratan pengajuan yang lebih dipermudah, maka harapannya bagi masyarakat yang belum mempunyai rumah mempunyai pilihan di dalam pengajuan KPR. Tentunya produk ini juga diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang membuat masyarakat lebih percaya akan produk KPR tersebut.

Perusahaan yang cerdas mencoba untuk sepenuhnya memahami proses kebutuhan pembelian pelanggan baik itu pengalaman dalam mempelajari, memilih,

menggunakan dan bahkan membuang suatu produk (Kotler dan Keller, 2016:194). Menurut Kotler dan Keller (2016:179) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Proses pembelian oleh konsumen dimulai dari kesadaran akan masalah yang ada, yaitu ketika konsumen menyadari adanya perbedaan antara apa yang diinginkan dengan apa yang sebenarnya dimiliki oleh produk. Setelah konsumen menyadari adanya perbedaan yang mendasar, maka langkah selanjutnya adalah mencari informasi mengenai produk yang sekiranya dapat memuaskan keinginan mereka. Informasi yang didapatkan bisa berasal dari informasi pribadi, pengalaman pribadi, iklan, maupun pandangan publik. Pencarian informasi ini erat kaitannya dengan persepsi konsumen, yaitu proses dimana informasi yang diterima, dipilih, diatur dan diinterpretasikan oleh konsumen kemudian diubah untuk menciptakan citra yang diinginkan. Setelah mendapat banyak informasi mengenai produk atau jasa yang diinginkan, maka konsumen mulai membandingkan informasi antara produk atau jasa satu dengan yang lain. Kemudian setelah melakukan evaluasi, maka konsumen akan tiba dalam proses pembelian dari produk atau jasa yang telah dipilih. Namun, biasanya tidak semua konsumen melakukan pembelian, sehingga perusahaan diharuskan menggunakan strategi, seperti melakukan pembayaran secara kredit, promosi penjualan, dan lain sebagainya, sehingga mampu membujuk konsumen untuk melakukan pembelian (Raja, 2015:3).

Dari informasi yang diterima mencerminkan bahwa nasabah Bank ABC yang telah mengambil fasilitas pembiayaan KPR tersebut masih berjumlah sedikit sehingga menyebabkan pentingnya diadakan penelitian mengenai faktor apa yang menyebabkan konsumen mau menggunakan jasa Bank ABC dalam memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Maka, judul yang digunakan pada penelitian ini adalah : **Eksplorasi Penyebab Keputusan Konsumen Dalam Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) (Studi Pada Bank ABC Cabang Surabaya).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah : apa yang menyebabkan konsumen menggunakan jasa Bank ABC dalam memilih KPR?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah : Mengeksplorasi penyebab keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa Bank ABC dalam memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diberikan dari penelitian ini adalah bertambahnya informasi mengenai penyebab yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank ABC.

1.5 Lingkup Penelitian

Perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah Bank ABC khusus Cabang Surabaya, yaitu salah satu wilayah Bank ABC yang juga bergerak dalam bidang KPR / jasa kredit kepemilikan rumah. Bank ABC memberikan jasa kredit untuk membeli rumah baik itu rumah baru (*primary*) atau rumah bekas (*secondary*) yang bisa diangsur oleh calon debitur dengan jangka waktu yang cukup panjang sampai dengan 25 tahun.

1.6 Sistematika Tesis

Sistematika pembahasan tesis ini terdiri dari lima bab dan masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab sehingga diperoleh penjelasan yang lebih baik dan terarah. Berikut sistematika tesis ini.

Bab I : Pendahuluan

Bab ini pendahuluan yang membahas mengenai bagaimana kondisi debitur yang ada pada Bank ABC. Selain itu dibahas pula mengenai keadaan di lapangan tentang calon debitur yang ada serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Selain itu, dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah dan alasan peneliti memilih topik faktor pengaruh keputusan pembelian konsumen, rumusan masalah, tujuan, manfaat serta sistematika penelitian.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini dijelaskan tujuan teoritis dan empirik tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berupa harga, kepercayaan, kenyamanan, keamanan transaksi dan produk pada Bank ABC sebagai dasar

pemikiran untuk pembahasan dan analisis, uraian penelitian sebelumnya untuk mengetahui bagaimana hubungan antar variabel. Selain itu dalam bab ini dibahas pula mengenai model analisis dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini dibahas mengenai metode penelitian yang digunakan. Selain itu dibahas pula mengenai jenis penelitian, identifikasi variabel penelitian yang digunakan, definisi operasional variabel, pengukuran variabel penelitian, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan tentang proses pengolahan data dan hasil pengolahan data berdasarkan hipotesis yang telah diajukan pada bab sebelumnya.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyajikan kesimpulan yang dapat diperoleh dari proses pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu disajikan pula saran yang dapat diberikan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.