

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemenuhan akan kebutuhan manusia tentunya mengambil peranan penting dalam kehidupan di era sekarang ini. Kebutuhan manusia tersebut akan secara terus menerus bertambah seiring berjalannya waktu, baik dalam segi jenis barang yang dibutuhkan, jumlah yang diinginkan maupun mutu atau kualitasnya. Hal ini dapat disebabkan karena jumlah penduduk yang semakin meningkat. Berdasarkan hasil Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2015 jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 267 juta, sedangkan untuk tahun 2020 diproyeksikan meningkat ke 269,6 juta jiwa (<https://bisnis.tempo.co>). Kemajuan teknologi, keadaan lingkungan sosial, tingkat pendapatan, dan sifat alami manusia juga dapat menjadi penyebab lain mengenai bertambahnya kebutuhan manusia (<https://duniasekali.blogspot.com>). Kebutuhan manusia dapat dikatakan sebagai kebutuhan yang dinamis, dimana kebutuhan tersebut akan terus bertambah, baik kuantitas maupun kualitas. Terpenuhinya kebutuhan manusia dapat meningkatkan tingkat kepuasan, kenyamanan dan juga kesejahteraan manusia.

Kebutuhan pokok merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling di butuhkan bagi tiap individu, diantaranya yaitu Sandang, Pangan dan Papan (www.kompasiana.com). Ketiga komponen yang termasuk dalam kebutuhan pokok ini tentunya sangat berpengaruh bagi tiap individu, mengingat bahwa kebutuhan

tersebut beraneka ragam dan selalu meningkat, sedangkan kemampuan individu untuk mencapai sesuatu yang diinginkan terbatas. Hal ini menyebabkan manusia memerlukan bantuan berupa dana atau modal kerja yang dapat memenuhi hasrat serta keinginannya untuk mencapai apa yang diinginkan. Dalam hal ini, perbankan juga memiliki peranan penting dimana berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 1998, tujuan perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat. Salah satu caranya dilakukan dengan pemberian kredit.

Kredit adalah penyerahan barang, jasa, atau uang dari satu pihak atas dasar kepercayaan kepada pihak lain dengan janji membayar dari penerima kredit kepada pemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak (Rivai, 2006:3). Secara umum, Kredit memiliki arti sebagai bentuk pinjaman atau penyediaan uang yang diberikan oleh bank kepada nasabah untuk memudahkan nasabah dalam mengembangkan bisnisnya maupun untuk kebutuhan sehari hari yang berdasarkan atas kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan nasabah yang mengharuskan peminjam mengembalikan atau melunasi hutangnya sebelum jangka waktu yang telah disepakati sebelumnya. Pemberian kredit kepada nasabah dilakukan setelah terjadi suatu kesepakatan tertulis antara pihak bank dengan penerima kredit. Bank perlu memperoleh keyakinan sebelum memberikan kredit kepada debitur, hal ini dilakukan bank untuk mengantisipasi atau mengurangi risiko apabila debitur mengalami wanprestasi.

Seiring berjalannya waktu, kredit yang menjadi salah satu cara bagi individu untuk memenuhi kebutuhannya itu semakin meningkat tiap harinya. Survei Perbankan Bank Indonesia (BI) menunjukkan pertumbuhan triwulanan kredit baru meningkat pada kuartal kedua dan ketiga 2019. Dituliskan bahwa perkembangan tersebut tercermin dari saldo bersih tertimbang (SBT) permintaan kredit baru pada triwulan II-2019 sebesar 78,3%. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang tercatat 57,8%. Berdasarkan jenis penggunaan, peningkatan tersebut bersumber dari kredit investasi dan kredit konsumsi (<https://katadata.co.id/berita>).

Sehubungan dengan hal tersebut, salah satu bank yang ada di Indonesia yaitu Bank Tabungan Negara atau bisa disebut dengan BTN membuat suatu program atau produk yang dinamai Kredit Agunan Rumah (KAR). Kredit Agunan Rumah BTN ini merupakan fasilitas kredit yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan konsumtif dengan menjaminkan rumah tinggal/apartemen/ruko/rukan (<https://www.btn.co.id>). Mudah-mudahan, Kredit Agunan Rumah yang dikeluarkan BTN ini menawarkan bantuan dana kepada masyarakat dengan cara menjaminkan rumah atau tempat tinggalnya. Selain Kredit Agunan Rumah, BTN juga mengeluarkan berbagai macam jenis kredit lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, antara lain Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Ringan, KPR Subsidi, dan lain sebagainya. Pihak bank tentunya memiliki tujuan utama dalam pemberian KAR ini yaitu untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara menyediakan dana atau modal kerja, serta untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat sehingga semua kebutuhannya terpenuhi.

BTN dalam menjalankan tugasnya sebagai salah satu bank di Indonesia yang unggul dalam pemberian kredit tentunya telah meninggalkan *image* yang baik di mata masyarakat. Kredit yang dikeluarkan oleh BTN tidak hanya menyalurkan pada masyarakat kalangan atas saja, tetapi juga kepada masyarakat dalam kalangan manapun. Berdasarkan atas data dari BTN Kantor Cabang UINSA Surabaya mulai bulan Maret 2019 hingga Februari tahun 2020, terdapat 106 nasabah yang telah melakukan realisasi kredit. Berdasarkan 106 pengajuan kredit tersebut, sebanyak 73,6% nasabah mengajukan KPR BTN Platinum, 17% nasabah mengajukan Kredit Agunan Rumah, dan 6.6% nasabah mengajukan Kredit Ringan, sedangkan sisanya sekitar 2,8% nasabah mengajukan produk kredit lainnya. Berdasarkan data survey tersebut menunjukkan bahwa produk yang paling banyak peminatnya adalah produk KPR BTN platinum sedangkan produk kredit lain relative rendah untuk peminatnya.

Penelitian terkait minat sudah diteliti oleh beberapa peneliti. Durianto (2013) menyatakan bahwa minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, serta informasi seputar produk. Menurut Simamora (2002:131) minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut. Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2009) Minat Beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2004:25) menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Menurut Johny Killis (1988:26), terdapat tiga faktor yang dapat menimbulkan minat yaitu “Faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional yang ketiganya mendorong timbulnya minat”. Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Sudarsono (1980:12), yaitu faktor kebutuhan dari dalam, faktor motif sosial dan faktor emosional. Faktor kebutuhan dari dalam dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Faktor motif sosial dapat dilihat dari timbulnya minat dalam diri seseorang yang mendorong kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada. Faktor emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Timbulnya minat pada diri individu bermula dari individu itu sendiri yang selanjutnya mengadakan interaksi dengan lingkungan yang akan menimbulkan dorongan sosial dan dorongan emosional.

Penelitian ini berfokus untuk melihat lebih jauh mengenai faktor fasilitas, kualitas produk, manfaat, pelayanan dan juga promosi. Faktor fasilitas digunakan untuk menarik perhatian nasabah dengan cara memberikan beberapa bonus ataupun tambahan-tambahan terhadap produk tersebut. Kualitas produk digunakan sebagai hal yang mendukung dari produk tersebut atau yang membuat produk tersebut berbeda dengan produk lainnya sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan. Manfaat adalah sesuatu yang diyakini dapat memberikan hal yang berguna bagi yang

menggunakan produk tersebut. Pelayanan adalah salah satu hal yang tampak secara fisik yang dapat menarik perhatian nasabah. Promosi merupakan suatu bentuk atau cara bagi bank agar produk yang dikeluarkan dapat diketahui oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Faktor-faktor ini diukur berdasarkan teori beserta observasi mengenai minat terhadap suatu produk. Faktor-faktor inilah yang kemudian dapat berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk KAR BTN mengingat relative rendahnya nasabah yang memiliki minat pada produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan atas uraian latar belakang dan permasalahan diatas, maka diperoleh rumusan masalah:

Apakah terdapat pengaruh dari faktor fasilitas, kualitas produk, manfaat, pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk Kredit Agunan Rumah (KAR) pada Bank Tabungan Negara wilayah Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan atas rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor fasilitas, kualitas produk, manfaat, pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan produk kredit agunan rumah (KAR) pada Bank Tabungan Negara wilayah Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dari penelitian ini antara lain:

a. Manfaat bagi penulis

Untuk menambah wawasan penulis tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan produk Kredit Agunan Rumah (KAR) pada Bank Tabungan Negara wilayah Surabaya dan menambah wawasan dalam bidang perbankan yang sebelumnya tidak diajarkan saat masa perkuliahan, demikian juga untuk menambah pengalaman dari proses pembuatan tugas akhir mengenai Kredit Agunan Rumah.

b. Manfaat bagi perusahaan

Bagi perusahaan Bank Tabungan Negara Wilayah Surabaya dapat digunakan sebagai referensi atau bahan pertimbangan yang berguna untuk upaya perbaikan serta untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan nasabah eksisting semakin loyal pada BTN.

c. Manfaat bagi pembaca

Agar pembaca dapat mengetahui apakah faktor fasilitas, kualitas produk, manfaat, pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan produk Kredit Agunan Rumah (KAR) pada Bank Tabungan Negara wilayah Surabaya dan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan tulisan dengan topic serupa.