

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Selain itu peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja.

Keberhasilan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan dan peran pemerintah dalam mendorong penyaluran kredit kepada UMKM. Berbagai skim Kredit atau pembiayaan UMKM diluncurkan oleh pemerintah dikaitkan dengan tugas dan program pembangunan ekonomi pada sektor-sektor usaha tertentu, misalnya ketahanan pangan, peternakan dan perkebunan.

Di Indonesia UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian karena mampu memberikan kontribusi sebesar 59,08 persen dari total Produk Domestik Bruto Indonesia. Selain itu data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2012) juga memperlihatkan peran yang besar dalam menyerap tenaga kerja hingga 97,16 persen dari total angkatan kerja yang bekerja. Jika menilik jumlahnya yang besar yang mencapai 99,99 persen dari total keseluruhan pelaku bisnis, maka UMKM dapat ditingkatkan perannya dengan cara memfasilitasi usaha yang dilakukan, sehingga bisnisnya dapat berkembang dan kinerjanya semakin meningkat.

Melihat peran UMKM yang demikian vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional dan untuk mendorong peran intermediasi perbankan, Bank Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan akses UMKM kepada bank dan mendorong perbankan untuk membiayai UMKM. Kebijakan ini diarahkan agar UMKM mampu meningkatkan elijibilitas dan kapabilitasnya sekaligus mendorong peningkatan kapasitas ekonomi daerah. Sebagai upaya untuk mendorong perbankan melakukan pembiayaan kepada UMKM, Bank Indonesia telah melaksanakan beberapa kegiatan, antara lain peningkatan akses pembiayaan UMKM kepada perbankan melalui penguatan infra struktur keuangan dalam bentuk kegiatan memfasilitasi percepatan pendirian Perusahaan Penjamin Kredit Daerah dan merencanakan implemenasi pemeringkatan UMKM (credit rating), serta melalui peningkatan *expertise* perbankan tentang UMKM yaitu program pelatihan dalam rangka bantuan teknis untuk meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) perbankan dan pelatihan kepada Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) dalam rangka akselerasi akses UMKM kepada perbankan. (Bank Indonesia, 2012)

Dalam upaya mendorong bank untuk meningkatkan akses kepada UMKM, pada tahun 2012 Bank Indonesia mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia No.14/22/PBI/2012 tanggal 21 Desember 2012 tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan Oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Melalui penerbitan ketentuan ini perbankan diwajibkan untuk menyalurkan dananya dalam bentuk kredit atau pembiayaan kepada UMKM dengan pangsa pasar sebesar minimal 20% secara bertahap yang diikuti dengan penerapan insentif/disinsentif.

Usaha mikro merupakan usaha yang mempunyai peran besar di Indonesia selama ini. Dari seluruh pelaku bisnis, tahun 2012 usaha mikro mendominasi 98,79 persen dengan tingkat pertumbuhan 2,38 persen per tahun, jumlah tenaga kerja yang diserap mencapai 90,12 persen dengan tingkat pertumbuhan 5,16 persen, dan dengan peran terhadap pencapaian Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 35,81 persen dengan tingkat pertumbuhan 14,41 persen. Pada Periode tahun 2011-2012, usaha mikro merupakan skala usaha dengan tingkat pertumbuhan tertinggi baik dalam jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja maupun perannya dalam pencapaian PDB. (Tabel 1.1)

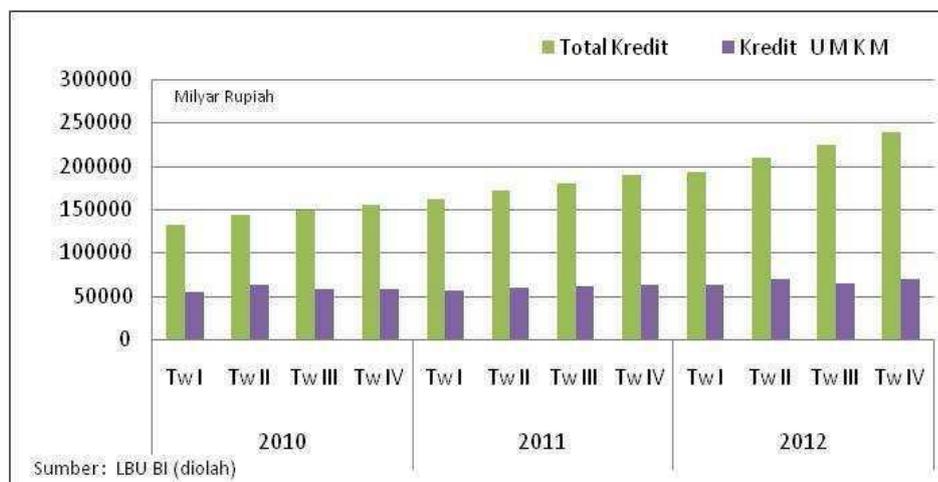
Tabel 1.1
Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
dan Usaha Besar (UB) Tahun 2011-2012

INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2011		TAHUN 2012		PERKEMBANGAN TAHUN 2011-2012	
		JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	%
UNIT USAHA							
A. UMKM	Unit	55.206.444	99,99	56.534.592	99,99	1.328.147	2,41
- Mikro	Unit	54.559.969	98,82	55.856.176	98,79	1.296.207	2,38
- Kecil	Unit	602.195	1,09	629.418	1,11	27.223	4,52
- Menengah	Unit	44.280	0,08	48.997	0,09	4.717	10,65
B. UB	Unit	4.952	0,01	4.968	0,01	16	0,32
TENAGA KERJA							
A. UMKM	Orang	101.722.458	97,24	107.657.509	97,16	5.935.051	5,83
- Mikro	Orang	94.957.797	90,77	99.859.517	90,12	4.901.720	5,16
- Kecil	Orang	3.919.992	3,75	4.535.970	4,09	615.977	15,71
- Menengah	Orang	2.844.669	2,72	3.262.023	2,94	417.354	14,67
B. UB	Orang	2.891.224	2,76	3.150.645	2,84	259.422	8,97
P D B							
A. UMKM	Rp.Milyar	4.303.571,5	57,94	4.869.568,1	59,08	565.996,7	13,15
- Mikro	Rp.Milyar	2.579.388,4	34,73	2.951.120,6	35,81	371.732,2	14,41
- Kecil	Rp.Milyar	722.012,8	9,72	798.122,2	9,68	76.109,4	10,54
- Menengah	Rp.Milyar	1.002.170,3	13,49	1.120.325,3	13,59	118.155,0	11,79
B. UB	Rp.Milyar	3.123.514,6	42,06	3.372.296,1	40,92	248.781,5	7,96

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM 2012 (diolah)

Sejalan dengan komitmen untuk meningkatkan peranan UMKM dalam mendukung perekonomian khususnya di daerah, perbankan juga turut mengambil peranan dengan meningkatkan penyaluran kredit pada sektor tersebut. Peluang perbankan dalam pengembangan kredit UMKM masih terbuka lebar mengingat tingginya jumlah UMKM. Bank Indonesia melalui arah kebijakan yang menekankan pada peningkatan *financial inclusion* serta penguatan UMKM turut memberikan ruang pada pengembangan UMKM. Demikian juga Bank Indonesia Wilayah IV Jawa Timur dan Pemerintah Daerah Jawa Timur akan mengoptimalkan fasilitas yang telah ada untuk mendukung penguatan UMKM melalui peningkatan penyaluran kredit UMKM sehingga dapat menghidupkan dan memperkuat sektor riil.

Berbagai upaya tersebut walaupun belum menunjukkan perkembangan yang signifikan, namun secara bertahap mampu meningkatkan kredit UMKM secara konstan. Realisasi penyaluran kredit UMKM tahun 2012 berada pada kisaran Rp. 60-70 triliun, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Perkembangan Kredit UMKM tahun 2010-2012

Sumber : Bank Indonesia, 2012

Pada triwulan IV-2012, penyaluran kredit UMKM di Jawa Timur mencapai Rp.68,53 triliun, tumbuh sebesar 9,93% (yoy) dan 7,67% (qtq) atau meningkat dibandingkan triwulan III-2012 yang tumbuh sebesar 3,85% (yoy) dan -7,58% (qtq). Peningkatan pertumbuhan ini karena adanya peningkatan permintaan oleh masyarakat menjelang akhir tahun dan tahun baru 2013 yang memberikan peluang usaha bagi para UMKM sehingga meningkatkan kebutuhan modal kerja usahanya. Pada tahun-tahun berikutnya, nominal kredit UMKM diprediksi akan tetap tumbuh positif sejalan dengan kondusifnya perekonomian, tingginya jumlah UMKM serta berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mengembangkan pelaku usaha termasuk UMKM.

Karakteristik yang dimiliki UMKM khususnya usaha mikro mengisyaratkan adanya kelemahan-kelemahan yang potensial menimbulkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang disebabkan karena kurang profesionalnya dalam mengelola keuangan, antara lain tidak mempunyai catatan yang tertib, tidak transparan dalam mengelola keuangan, dan kurang memahami tentang jenis kredit serta manfaat dari ketentuan kredit. Kondisi tersebut tentu menyulitkan bagi Bank dan pengusaha mikro untuk saling bekerja sama secara menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena batasan informasi dan resiko atas kredit yang disalurkan.

Ketidaktahuan tentang produk dan jasa kredit oleh pelaku usaha mikro yang digunakan untuk pembiayaan dalam mendukung usaha, dapat mengakibatkan kesalahan dalam mengambil kredit, kesalahan mengelola dana kredit, dan tidak mengetahui ketika terjadi resiko atas kredit dalam berhubungan dengan perbankan. Kondisi itu diperburuk oleh sikap pegawai bank yang lebih

menekankan tersalurnya kredit, diperolehnya nasabah baru, bahkan penawaran kartu kredit untuk pembiayaan usaha yang lebih praktis juga dapat dijadikan sumber dana untuk usaha. Akibatnya pengelola usaha mikro menerima tawaran tersebut tanpa didukung oleh kemampuan mengelolanya secara baik.

Berdasarkan hal tersebut, maka upaya meningkatkan peran perbankan khususnya melalui pegawai yang berhubungan langsung dengan usaha mikro menjadi sangat penting. Bank yang sekarang dihadapkan pada persaingan untuk menyalurkan kredit, disisi lain berkepentingan memberikan nilai atau manfaat yang unggul dalam memberikan layanan kredit. Dalam kondisi tersebut, salah satu faktor yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai kepada nasabah UMKM utamanya usaha mikro adalah melalui peningkatan hubungan baik antara pegawai dengan nasabah. Hubungan baik antara karyawan bank dengan nasabah yang didasarkan prinsip profesionalisme memungkinkan nasabah terbuka untuk memberi informasi terkait dengan bisnis dan dirinya sehingga karyawan bank mampu memberikan kunsultasi dan pemilihan jenis kredit maupun pengelolanya sesuai dengan kondisi dan harapan nasabah dalam memajukan bisnis.

Pentingnya kedekatan hubungan antara penyedia jasa dan bagaimana menjaga hubungan yang langgeng dengan nasabah telah banyak dilakukan, namun sangat sedikit yang secara khusus menfokuskan implikasi praktis dan empirik konsekuensasinya terhadap nasabah Individual (Molina, *et al.*, 2007). Penelitian yang sudah dilakukan lebih menekankan pentingnya kedekatan pegawai dengan nasabah individual yang terbukti mampu meningkatkan kinerja bank dari perspektif pemasaran (kepuasan nasabah). Kedekatan hubungan baik merupakan salah satu model dalam *relationship marketing* yang dipandang akan berdampak

pada kedekatan hubungan karyawan dengan nasabah dan kepuasan nasabah (Beetle dan Harris, 2010; Hansen, 2003; Guenzi & Pelloni, 2004). Dengan demikian perlakuan bank terhadap nasabah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi nasabah dengan tetap memperhatikan regulasi yang berlaku.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan nasabah. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, yang ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki kualitas pelayanan yang memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan memiliki perhatian yang lebih, maka nasabah akan merasa puas dan akan tetap loyal terhadap bank. Beberapa ahli menyatakan bahwa memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah merupakan suatu keharusan pada lingkungan industry perbankan yang kompetitif di masa sekarang ini (Yavas, *et al.*, 1997). Ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh pegawai bank yang memiliki hubungan berkualitas dengan nasabahnya seperti resiko kredit yang lebih rendah, akses teknologi yang lebih baik, lebih kooperatif, meningkatkan pengetahuan dan pembagian informasi yang lebih baik (Su Qin, *et al.*, 2009). Ditambahkan oleh Kotler (1997) yang mengatakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

Sesuatu yang dapat dijadikan patokan bagi bank untuk tetap menjaga hubungan dengan nasabah adalah kesesuaian, yaitu kesesuaian antara harapan nasabah dan realitas yang dirasakan. Berdasarkan kajian tersebut, dapat

dimengerti bahwa nasabah akan tetap menjaga hubungan dengan bank karena merasakan suatu kepuasan dimana harapan yang diinginkan mampu dipenuhi oleh perusahaan melalui produk dan layanan yang diberikan. Kesesuaian antara harapan dan realitas yang diterima dapat digunakan batu pijakan bagi bank untuk terus mengembangkan produk dan layanan yang diberikan sehingga makin sesuai atau melebihi harapan nasabah. Jika hal tersebut mampu dipenuhi, dengan sendirinya berarti bank telah menjaga hubungan dengan nasabah.

Hubungan baik antara bank dengan nasabah seharusnya dapat memberikan nilai yang merupakan strategi bertahan agar bank tidak kehilangan nasabah, dilakukan secara berbeda, dengan ketrampilan dalam melayani. Melalui cara ini, memungkinkan bank mampu membedakan dirinya dari pesaing, memperbaiki hasil dan meningkatkan kemungkinan keberlanjutan pada masa mendatang. Hubungan interpersonal terbukti mampu sebagai penghambat nasabah pindah ke bank lain (Suryani dan Chaniago, 2008).

Menurut Tjiptono (2006), konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk dan jasa yang dirasakan. Menurut Dharmesta (1999), loyalitas terjadi apabila pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungannya dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian loyalitas dapat terus dipertahankan apabila pihak penyedia jasa berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada pelanggannya.

Dalam perspektif yang lebih luas dan untuk kepentingan perbankan dalam jangka panjang, hubungan yang baik yang terjalin dengan nasabah UMKM yang

dalam hal ini adalah khusus usaha mikro memberikan kontribusi yang berharga untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Mempertimbangkan pelaku usaha mikro merupakan bagian dari UMKM yang mempunyai peran strategis dalam perekonomian, penyerapan tenaga kerja, jumlahnya besar, dan dukungan serta peran pemerintah dalam mendorong penyaluran kredit melalui perbankan Indonesia, namun dalam pelaksanaan masih mendapatkan kendala dalam hal akses ke sumber pembiayaan yang tepat melalui beberapa alternatif kredit dengan perbankan maka penting dilakukan analisis tentang *faktor-faktor penentu kualitas hubungan dan kedekatan hubungan dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.*

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro ?
2. Bagaimana pengaruh kedekatan hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro.
2. Menguji pengaruh kedekatan hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro.
3. Menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha mikro.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Bagi peneliti

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan peneliti dapat lebih mengembangkan kerangka berpikir dalam mengidentifikasi masalah dan merumuskan langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut, khususnya dalam hal pelayanan serta kualitas hubungan antara pegawai dan nasabah bank di bidang usaha mikro.

2. Bagi usaha mikro

Bagi UMKM khususnya usaha mikro, diharapkan hasil penelitian memberikan hasil secara langsung yang dapat digunakan untuk mengantisipasi kendala yang selama ini ada serta mendapatkan pelayanan sesuai yang diharapkan untuk mensupport aktivitas usahanya.

3. Bagi sektor perbankan

Bagi sektor perbankan dapat mengetahui dengan lebih jelas kebutuhan dan harapan dari nasabah sehingga dapat tercipta hubungan saling menguntungkan dalam kurun waktu yang panjang.

4. Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi STIE Perbanas dalam mengembangkan penelitian kuantitatif di bidang kualitas hubungan dan pelayan antara perbankan dengan nasabah.

5. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini juga diharapkan dapat membuka wawasan bagi nasabah dan perbankan secara umum maupun jenis-jenis usaha jasa lainnya, untuk mengembangkan kualitas hubungan dan layanan yang lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara lebih jelas dan terperinci, dalam penulisan tesis ini peneliti secara garis besar membaginya menjadi lima bab. Adapun sistematika penulisan tesis ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan tesis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini berisi tentang gambaran subjek penelitian serta hasil penelitian berupa analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis statistik dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.