

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar karena menurut data Kementerian Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2011) bahwa jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 55.206.440 unit. Selain itu, peranan UMKM sangat strategis dalam perekonomian karena mampu memberikan kontribusi sebesar 59,53 % dari total Produk Domestik Bruto Indonesia. Selain itu, UMKM dapat menyerap tenaga kerja 97,3 % dari total angkatan kerja yang bekerja (BPS, 2010).

Melihat jumlahnya yang besar yakni mencapai 99,99 dari total keseluruhan pelaku bisnis, maka sesungguhnya jumlah UMKM yang besar ini dapat ditingkatkan peranannya dengan cara memfasilitasi usaha yang dilakukan, sehingga bisnisnya dapat berkembang dan kinerjanya semakin meningkat. Melihat peranan UMKM yang sangat vital dalam pembangunan perekonomian nasional, Pemerintah dalam hal ini Bank Indonesia terus berupaya meningkatkan akses UMKM kepada bank dan mendorong peningkatan pembiayaan dari perbankan kepada UMKM.

Berdasarkan distribusi skala usaha UMKM, usaha menengah merupakan skala usaha dengan tingkat pertumbuhan tertinggi kedua yaitu mencapai 3.79% per tahun (Tabel 1.1). Pada tahun 2011, skala usaha ini mencapai 44.280 unit usaha atau meningkat 20.46% dibandingkan tahun 2006.

Tabel 1.1
Jumlah Unit Usaha UMKM, Distribusi,
dan Rata-Rata Pertumbuhan

Unit Usaha (ribu)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	%Avg Dist	%Avg Growth
Usaha Mikro	48.512,44	49.608	50.847,77	52.176,8	53.179,68	54.559,97	98,89	2,38
Usaha Kecil	472,60	498,57	522,12	546,68	573,59	602,2	1,03	4,97
Usaha Menengah	36,76	38,28	39,72	41,13	42,62	44,28	0,08	3,79
UMKM	49.021,80	50.145,80	51.409,61	52.764,6	53.795,89	55.206,44	100	2,41

Sumber : BPS dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM 2011 (diolah)

Melihat jumlah usaha menengah yang besar di atas, namun tidak semua berkinerja baik. Kinerja usaha menengah yang kurang baik ini disebabkan oleh beberapa masalah. Berdasarkan data Bank Indonesia (2011) menunjukkan bahwa masalah utama yang dihadapi adalah akses sumber dana, khususnya ke sektor perbankan dan terbatasnya pemahaman terhadap produk-produk perbankan yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat mengembangkan di masa depan, memerlukan penguatan peran dan strategi pembiayaan, khususnya dari lembaga keuangan untuk mendukungnya.

Usaha menengah menghadapi permasalahan untuk akses ke perbankan karena dalam kegiatan usahanya tidak semuanya memiliki catatan yang tertib, tidak transparan dalam pengelolaan keuangan, dan kurang memahami tentang jenis fasilitas perbankan yang sesuai dengan kebutuhannya. Dari pihak perbankan juga mengalami kesulitan dalam hal penyaluran kredit. Kesulitan tersebut di antaranya kesulitan dalam memperoleh informasi tentang kondisi keuangan, lemahnya manajemen keuangan serta jaminan kredit yang dapat meyakinkan pihak perbankan. Pada akhirnya pihak perbankan sulit dalam meminimalisir risiko *default* atas kredit yang disalurkan. Akibat hal tersebut, pembiayaan bank

terhadap sektor UMKM masih belum merata. Dari sekian banyak UMKM yang ada, baru terdapat 45% - 55% UMKM yang memperoleh fasilitas perbankan (Kementerian Negara Koperasi dan UKM, 2011).

Ketidaktahuan usaha menengah tentang produk dan jasa kredit yang dapat digunakan untuk pembiayaan dalam mendukung usaha, menyebabkan usaha menengah tidak tepat dalam mengambil kredit, salah mengelola pemanfaatan dana dari kredit, dan tidak tahu bagaimana ketika terjadi risiko atas kredit dalam berhubungan dengan perbankan. Kondisi ini diperburuk oleh sikap pegawai bank yang lebih menekankan pada penyaluran kredit, diperolehnya nasabah baru, bahkan penawaran kartu kredit untuk pembiayaan usaha yang lebih praktis untuk dijadikan sumber dana untuk usaha. Akibatnya usaha menengah menerima tawaran tersebut tanpa didukung oleh kemampuan mengelolanya secara baik. Risiko *default* juga akan meningkat karena beban bunga yang dibayar oleh usaha menengah jauh lebih tinggi dibandingkan dengan keuntungan yang diperolehnya.

Melihat hal tersebut, dibutuhkan adanya kebijakan pemerintah untuk memfasilitasi *gap* antara pengusaha usaha menengah dengan pihak perbankan yang selama ini terjadi dalam bentuk pendirian lembaga pemeringkatan kredit. Melalui lembaga pemeringkatan ini diharapkan dapat mengurangi terjadinya informasi asimetris, sehingga bank dapat memberikan kredit secara tepat (Tsaih, *et al.*, 2003).

Upaya meningkatkan peran perbankan khususnya melalui pegawai yang berhubungan langsung dengan usaha menengah menjadi sangat penting. Saat ini bank dihadapkan pada persaingan untuk menyalurkan kredit, di sisi lain berkepentingan memberikan nilai atau manfaat yang unggul dalam memberikan

layanan kredit. Persaingan tersebut dalam bentuk suku bunga, pembebanan biaya kredit, pemberian hadiah untuk menarik nasabah. Namun hal tersebut kurang efektif karena kurang memperhatikan aspek kebutuhan usaha menengah.

Dalam kondisi tersebut, salah satu faktor yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai kepada nasabah khususnya usaha menengah adalah melalui peningkatan hubungan baik antara pegawai perbankan dengan nasabah berbasis profesionalisme. Kedekatan hubungan baik ini merupakan salah satu model dalam *relationship marketing* yang dipandang akan berdampak pada kedekatan hubungan karyawan dengan nasabah dan kepuasan nasabah (Beetless dan Harris, 2010; Hansen, 2003; Guenzi & Pelloni, 2004). Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa hubungan yang baik antara karyawan *frontliner* dengan nasabah merupakan faktor penentu penting persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (Lloyd dan Luk, 2011).

Kedekatan hubungan yang telah terjalin selama ini di antara pegawai bank dengan nasabah yang didasarkan prinsip profesionalisme ini memungkinkan nasabah terbuka untuk memberi informasi terkait dengan bisnis dan dirinya sehingga karyawan bank dapat memberikan konsultasi (*advisory*) dan memilihkan jenis kredit maupun pengelolaannya sesuai dengan kondisi dan harapan nasabah dalam pengembangan bisnis.

Penelitian yang sudah dilakukan lebih menekankan pentingnya kedekatan pegawai bank dengan nasabah individu yang terbukti mampu meningkatkan kinerja bank dari perspektif pemasaran (kepuasan nasabah). Hal penting lainnya dari penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa dalam kajian mengenai hubungan antara perbankan dengan nasabah seharusnya dari sudut pandang

nasabah (O'Loughlin, *et al.*, 2004). Dengan demikian, perlakuan bank terhadap nasabah dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi nasabah dengan tetap memperhatikan regulasi yang berlaku.

Hansen (2003) merumuskan model konseptual yang menjelaskan bahwa kedekatan hubungan antara pegawai dengan nasabah dapat dilakukan dengan membangun keramahan, kredibilitas, citra karyawan, dan kepuasan yang dirasakan selama berhubungan dengan pegawai. Keramahan merupakan hal yang penting dalam upaya membangun kedekatan dengan nasabah bank. Keramahan merupakan salah satu bentuk personalisasi yang akan membuat nasabah merasa akrab, senang dan bersahabat. Selain keramahan, kredibilitas karyawan juga merupakan faktor penting untuk membangun kedekatan dengan nasabah. Faktor lain yang berdampak pada kedekatan hubungan dengan nasabah adalah citra karyawan. Citra karyawan mempunyai peran besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah (Tatik Suryani, 2008). Hubungan yang memuaskan yang dirasakan nasabah selama berhubungan dengan karyawan bank akan meningkatkan kedekatan hubungan yang telah terjalin. Hubungan interpersonal terbukti mampu sebagai penghambat nasabah pindah ke bank lain (Tatik Suryani dan Herizon Chaniago, 2008).

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka dapat disimpulkan urgensi yang melatar belakangi penelitian ini adalah:

1. Jumlah pelaku usaha menengah yang berjumlah 44.280 sebagian besar belum berkembang dan berkinerja baik. Penyebabnya adalah kendala dalam hal akses ke sektor perbankan yang disebabkan kurangnya pemahaman dari usaha menengah terhadap produk kredit, kurang profesionalnya dalam mengelola

keuangan, cenderung tidak mempunyai catatan yang tertib, tidak transparan, dan kurang memahami tentang jenis kredit serta manfaat dan ketentuan kredit.

2. Dari sisi perbankan, model pendekatan hubungan dengan usaha menengah yang terbatas sebagai lembaga yang menawarkan jasa kredit dan sumber pembiayaan lainnya, juga kurang menguntungkan dalam jangka panjang. Dalam persaingan antar bank yang semakin ketat justru pemberian nilai unggul kepada nasabah usaha menengah yang berdampak langsung pada kinerja bisnis usaha menengah sangat penting. Jika bank hanya mengandalkan pada kepentingan jangka pendek, maka kepercayaan usaha menengah terhadap bank akan menurun.
3. Riset di bidang jasa memperlihatkan bahwa sumber keunggulan bersaing sangat ditentukan oleh kemampuan perbankan dalam membangun kepuasan serta loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilakukan melalui pendekatan hubungan interpersonal antara pegawai bank dengan nasabah. Meskipun penelitian mengenai kualitas hubungan dan kedekatan hubungan antara pegawai dengan nasabah telah dilakukan diperbankan, namun fokusnya masih terbatas pada nasabah individual, dan tidak ditujukan sebagai upaya untuk menciptakan sinergi yang menguntungkan antara bank sebagai pemberi kredit dan nasabah menengah sebagai pengguna kredit.

Berdasarkan latar belakang di atas, dilakukan penelitian dalam bentuk tesis dengan judul: ” **Faktor-Faktor Penentu Kualitas dan Kedekatan Hubungan Dalam Pemberian Layanan Kredit Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Segmen Usaha Menengah.**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. apakah kualitas hubungan dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?,
2. apakah kedekatan hubungan dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?,
3. apakah kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. menguji pengaruh kualitas hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah,
2. menguji pengaruh kedekatan hubungan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah,
3. menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam pemberian layanan kredit perbankan kepada usaha menengah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari perumusan masalah dan tujuan yang telah dirumuskan di atas maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan akan peneliti dapat lebih mengembangkan kerangka berpikir dalam mengidentifikasi masalah dan merumuskan langkah-

langkah yang harus ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut, khususnya dalam hal kualitas dan kedekatan hubungan antara pihak perbankan dengan nasabah usaha menengah.

2. Bagi usaha menengah

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat yang secara langsung dapat digunakan untuk penyusunan strategi pemasaran yang mengarah pada kualitas hubungan dan kedekatan hubungan antara pelaku usaha menengah dengan karyawan bank yang akhirnya mewujudkan kepuasan dan loyalitas.

3. Bagi sektor perbankan

Bagi sektor perbankan yang menghadapi lingkungan, kondisi dan tantangan yang serupa, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam upaya untuk mengevaluasi proses pemberian layanan kredit perbankan terhadap pelaku usaha menengah yang mana memiliki prospek yang sangat besar untuk diolah.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat memberikan referensi dan dapat mengembangkan penelitian kuantitatif di bidang kualitas hubungan dan pelayan antara perbankan dengan nasabah.

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 dan 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, besar sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, teknik analisis data dan uji hipotesis.

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.