BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Era Globalisasi ini telah mendorong timbulnya persaingan yang sangat ketat dan kompetitif dalam segala bidang usaha. Keberhasilan kompetisi ini sangat ditentukan oleh kepekaan terhadap pasar dan tanggapan yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam melayani kebutuhan konsumen melalui penawaran produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang semakin baik. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut ditengah-tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Untuk dapat unggul dalam persaingan, maka perusahaan harus selalu memberikan pengembangan atau inovasi-inovasi terbaru.

Pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa. Pelanggan merupakan aset terbesar yang harus dijaga oleh perusahaan. Hal ini tentu tidak mudah untuk dilakukan, karena akan selalu terjadi perubahan pada diri pelanggan. Konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan hendaknya diterapkan oleh perusahaan, di mana pelanggan adalah faktor utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan sangat penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan

Berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan harus terus dapat dipenuhi oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan itu sendiri untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Pengertian bank menurut UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 adalah

> " badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".

Industri jasa perbankan ini sangat terkait erat dengan kepercayaan, *service* (layanan) dan hubungan yang dekat berpadu interaksi terbaik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan, memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang loyal dengan perusahaan. Sebaliknya pelayanan buruk berarti reputasi/nama baik perusahaan akan turun. Sehingga pihak bank harus terus menerus berusaha untuk meningkatkan pelayanan agar dapat memenangkan persaingan dalam memasarkan produk jasa perbankan.

Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan kegiatan sehari-hari bank tidak akan terlepas dari bidang keuangan, sama halnya seperti perusahaan lain

kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat dikatakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) merupakan salah satu bank badan usaha milik negara di Indonesia. Bank BTN selama ini telah memberikan dan menawarkan produk maupun fasilitas pelayanan yang bervariasi kepada pelanggannya untuk meningkatkan mutu dengan pelanggan dan untuk kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu fasilitas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) yang ditetapkan untuk melayani kebutuhan pelanggan adalah Kredit Kepemilikan Rumah. Kebutuhan perumahan rakyat di Indonesia cukup besar, dengan jumlah penduduk Indonesia lebih dari 220 juta, akumulasi kebutuhan rumah yang belum terpenuhi s/d tahun 2005 sekitar 7,2 juta unit di samping itu tambahan kebutuhan rumah mencapai + 800 ribu unit/tahun.

Pembangunan perumahan bagi masyarakat berpenghasilan rendah hanya terserap rata rata 80 ribu unit/tahun Kondisi ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan akan perumahan rakyat masih sangat jauh dari memadai sehingga perlu adanya komitmen dan keseriusan dari berbagai pihak untuk melakukan percepatan pembangunan perumahan rakyat yang berkelanjutan, mengingat masih adanya permasalahan dalam pembangunan perumahan rakyat tersebut antara lain yaitu: pendanaan, penyediaan lahan, perizinan, belum optimalnya dukungan dari institusi terkait dan daya beli konsumen yang masih rendah. Pendanaan atau pembiayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam pembangunan perumahan berkelanjutan.

Pembiayaan perumahan meliputi antara lain pembiayaan untuk pembangunannya (tanah, perizinan & perencanaan, infrastruktur, bangunan) dan penyediaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bagi masyarakat (konsumen). Ketersediaan fasilitas KPR sangatlah diperlukan, hal ini mengingat bahwa kemampuan ekonomi masyarakat untuk membeli/memiliki rumah termasuk rumah susun secara kontan *cash* masih rendah. KPR adalah jenis kredit yang sifatnya jangka panjang, untuk itu bank pemberi KPR harus mempunyai dana yang sifatnya jangka panjang dan stabil. Kondisi ini merupakan permasalahan tersendiri bagi bank pemberi KPR dan harus dicarikan solusinya, karena di pasar belum tersedia dana yang sama panjang jangka waktunya dengan jangka waktu KPR yang diberikan.

Pertumbuhan KPR yang pesat di satu pihak menciptakan peluang bagi dunia perbankan untuk membiayainya. Masalah ini pada dasarnya disebabkan oleh sebagian besar komposisi sumber dana yang diperoleh industri perbankan di Indonesia untuk membiayai KPR saat ini yaitu berasal dari dana pihak ketiga yang berjangka waktu pendek dan relatif berfluktuasi tingkat bunganya Disamping menyediakan kredit yang sifatnya terkait secara langsung dengan industri perumahan yaitu KPR dan kredit konstruksi, Bank BTN juga menyediakan kredit yang diperuntukkan bagi industri industri yang terkait dengan industri perumahan (*housing related*), yaitu Kredit Pendukung Perumahan (KPP).

KPP ini dapat diberikan dalam skim kredit investasi maupun modal kerja kepada pengusaha yang bergerak di bidang yang terkait dengan perumahan

(misalnya: industri genteng, batu bata, batako, semen, penggalian pasir, kayu, dll), baik industrinya maupun perdagangannya. Untuk dapat lebih mendorong tumbuhnya pembangunan, sejak bulan Mei 2005 Bank BTN menetapkan kebijakan untuk memberikan fasilitas kredit lahan bagi pengembang yang membangun perumahan untuk menunjang percepatan pembangunan perumahan rakyat yang berkelanjutan antara lain dengan mengoptimalkan peranan dari beberapa pihak yaitu Pemerintah Pusat maupun Daerah (selaku regulator), pengembang (selaku pelaksana pembangunan perumahan) dan Institusi terkait, seperti lembaga keuangan khususnya perbankan dalam mendukung aspek pembiayaannya.

Selama ini Bank BTN telah berperan dalam Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah. Bank BTN lebih dikenal sebagai bank yang menyalurkan KPR RSH (KPR bersubsidi) untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Dalam memenuhi kebutuhan hunian yang semakin beragam maka mulai bulan februari 2007 Bank BTN juga menyediakan KPR BTN Platinum.

Terlepas dari uraian diatas serta seiring dengan berjalannya waktu KPR pada Bank BTN mengalami pertumbuhan yang lamban dari tiap bulan kebulannya, pada 2009 tumbuh hanya 15%, dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam hal ini bank harus mampu memberikan pemberian kredit yang optimal karena akan berpengaruh terhadap pendapatan bank itu sendiri. Yang menjadi masalah dalam hal ini adalah menurunnya tingkat pemberian KPR dimasyarakat sehingga tentunya akan mengurangi tingkat pendapatan pada bank BTN. Perkembangan laju pertumbuhan KPR dapat dilihat:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Pemberian KPR
Periode tahun 2007-2009
Pada Bank BTN KC Cimahi

Bulan	2007	2008	2009
Januari	990.000.000	919.621.453	755.341.262
Februari	988.004.000	909.526.442	737.457.267
Maret	985.342.281	898.541.267	718.561.245
April	982.212.351	887.261.326	701.442.386
Mei	978.112.452	875.342.266	685.500.452
Juni	973.220.294	862.541.324	676.476.369
Juli	966.742.126	849.326.271	670.326.365
Agustus	960.341.322	835.226.329	664.900.231
September	953.265.742	819.432.672	660.426.134
Oktober	946.121.261	803.123.451	656.695.450
November	938.229.321	787.562.341	654.850.650
Desember	929.521.431	772.321.561	653.650.550

Sumber:PT Bank BTN Cabang Cimahi

Melihat terjadinya penurunan KPR pada Bank BTN dibandingkan dengan pertumbuhan dari bulan-bulan sebelumnya, yang sangat signifikan jauh berbeda, berdasarkan gambaran permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti bermaksud mengangkatnya ke dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **"ANALISIS PERKEMBANGAN PEMBERIAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA PT BANK BTN (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG CIMAHI".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Terjadinya penurunan KPR BTN pada setiap bulannya, jika terjadi terus menerus akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan bunga bank sehingga akan mengakibatkan tingkat kesehatan bank menurun.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mangetahui apa yang terjadi pada Bank BTN, sehingga mengakibatkan terjadinya kelambanan pertumbuhan kredit KPR yang terjadi di Bank BTN yang pada kenyataanya sejak awal berdirinya, Bank BTN adalah bank yang lebih memfokuskan usahanya pada Kredit Pemilikan Rumah. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada Bank BTN KC Cimahi pada periode tahun 2007-2009.
2. Apa yang menjadi kendala dalam pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada Bank BTN KC Cimahi.
3. Bagaimana pemecahan masalah yang dilakukan Bank BTN KC Cimahi dalam menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi.

1.3 Maksud dan tujuan penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk menganalisis lambannya penjualan KPR yang terjadi di Bank BTN, yang pada kenyataanya adalah bank yang lebih memfokuskan kegiatan usahanya kepada kredit KPR.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan pemberian Kredit Pemilikan Rumah pada Bank BTN KC Cimahi pada periode tahun 2007-2009.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam pemberian Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank BTN KC Cimahi.
3. Untuk mengetahui pemecahan masalah yang dilakukan Bank BTN KC Cimahi dalam menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi.

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan sebagai bahan acuan pembanding dalam pencapaian keberhasilan usaha bisnis yang akan datang.

b. Bagi Pihak Terkait

Bagi pihak terkait penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dan gambaran bagi pihak-pihak terkait lainnya, sehingga pihak tersebut dapat memperlancar usahanya dimasa yang akan datang.

c. Lain-lain

Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi gambaran bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

Untuk pengembangan ilmu ekonomi manajemen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen bisnis, khususnya mengenai daya saing Produk dan strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan dengan menerapkan ilmu dan teori yang diperleh dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi dalam dunia usaha.

b. Bagi Penulis

Untuk Penulis penelitian ini diharapkan penulis dapat lebih memahami mengenai daya saing produk yang dapat mempengaruhi penurunan daya beli produk.

c. Bagi Peneliti Lain

Bagi pihak lain semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berguna bagi peneliti yang akan membahas hal yang sama, selain itu juga penulis berharap agar peneliti yang selanjutnya akan lebih baik lagi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian yang dilakukan Penulis dalam Melakukan Penelitian ini adalah di PT Bank BTN KCP Cimahi, Jl. Raya Timur No. 47 Cimahi - 40524 Telp. (022) 6651644 - 6651654 Fax. (022) 6652586

Pelaksanaan penelitian kurang lebih selama 4 bulan terhitung dari Bulan Maret sampai dengan Bulan Juni 2010 dengan data waktu penelitian sebagai berikut:

No	Keterangan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Penelitian																
2	Usulan Penelitian																
3	Pengumpulan Data																
4	Pengolahan Data																
5	Penyusunan Data																