

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keputusan Konsumen (Nasabah)

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen merupakan hasil dari proses pertimbangan yang dilakukan oleh individu untuk memilih satu di antara berbagai alternatif produk atau jasa guna memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler dan Keller (2016:159), keputusan pembelian konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas, manfaat, risiko, serta kepuasan yang diperoleh dari produk tersebut.

2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses pengambilan keputusan konsumen merupakan serangkaian tahapan yang dilalui oleh konsumen sebelum, selama, dan sesudah melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:547), proses ini mencerminkan interaksi antara faktor internal (seperti motivasi, persepsi, dan pengalaman pribadi) serta faktor eksternal (seperti pengaruh sosial, lingkungan, dan promosi). Proses ini terdiri dari lima tahap utama, yaitu:

a. Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)

Tahap ini dimulai ketika konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi nyata dengan kondisi ideal yang diinginkan. Ketidaksesuaian tersebut menimbulkan kebutuhan yang mendorong konsumen untuk mencari solusi. Menurut Kotler dan Keller (2016:159), kebutuhan bisa muncul karena rangsangan internal (misalnya rasa lapar, keinginan memiliki) maupun eksternal (misalnya iklan atau informasi dari orang lain). Dalam konteks produk keuangan seperti Kredit Purna Bhakti (KPB), kebutuhan dapat muncul karena adanya keperluan mendesak seperti biaya pengobatan, renovasi rumah, atau pendidikan cucu.

b. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Setelah menyadari kebutuhannya, konsumen akan mencari informasi tentang solusi yang tersedia. Informasi dapat diperoleh dari sumber internal (pengalaman pribadi) maupun eksternal (teman, keluarga, media, atau petugas bank). Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa pencarian informasi ini dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan konsumen, kompleksitas produk, serta tingkat pengetahuan awal konsumen. Pada tahap ini, peran bank sangat penting dalam menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah pensiunan.

c. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Pada tahap ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan produk berdasarkan kriteria tertentu seperti bunga, tenor, persyaratan, manfaat, dan risiko.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), konsumen akan mengevaluasi atribut-atribut yang dianggap paling penting dan membandingkan alternatif yang ada untuk membuat keputusan terbaik. Dalam konteks KPB, nasabah pensiunan mungkin akan mempertimbangkan produk kredit dari bank lain atau bahkan memutuskan tidak mengajukan kredit sama sekali.

d. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah mengevaluasi berbagai pilihan, konsumen akan sampai pada keputusan akhir, yaitu apakah akan membeli produk tertentu atau tidak. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), keputusan ini dapat dipengaruhi oleh faktor situasional (misalnya kondisi keuangan saat itu) atau pengaruh eksternal (seperti saran anggota keluarga). Dalam hal ini, nasabah pensiunan yang merasa yakin dengan manfaat dan keamanan produk KPB kemungkinan besar akan melanjutkan ke tahap pengajuan kredit.

e. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengevaluasi apakah keputusan mereka memberikan kepuasan atau justru kekecewaan. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa kepuasan pasca pembelian dapat memengaruhi loyalitas konsumen dan keputusan di masa depan. Jika nasabah merasa puas terhadap pelayanan dan manfaat produk KPB, besar kemungkinan mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika merasa kecewa, mereka cenderung tidak akan menggunakan layanan serupa lagi.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Keputusan konsumen, termasuk nasabah perbankan, dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor pribadi, psikologis, sosial, dan budaya. Kotler dan Armstrong (2014:158) menyebutkan bahwa usia, pekerjaan, gaya hidup, serta kondisi ekonomi sangat berperan dalam membentuk keputusan pembelian. Dalam konteks nasabah pensiunan, faktor kepercayaan terhadap lembaga keuangan, pengalaman sebelumnya, dan rekomendasi dari orang terdekat juga menjadi penentu penting dalam pengambilan keputusan.

2.1.1.4 Karakteristik Nasabah dalam Pengambilan Keputusan

Nasabah memiliki karakteristik yang beragam tergantung pada latar belakang pendidikan, usia, penghasilan, dan status sosial. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995:175), karakteristik ini memengaruhi cara mereka memproses informasi dan mengevaluasi risiko. Pensiunan sebagai segmen khusus memiliki kebutuhan emosional dan keamanan finansial yang tinggi, sehingga cenderung lebih berhati-hati dalam memilih produk keuangan seperti kredit. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dan layanan harus disesuaikan dengan karakteristik tersebut agar efektif.

Pensiunan sebagai segmen khusus memiliki kebutuhan emosional dan keamanan finansial yang tinggi. Mereka cenderung berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai faktor seperti stabilitas pendapatan, risiko bunga, dan kejelasan manfaat. Oleh karena itu, pendekatan pemasaran dan komunikasi terhadap

nasabah pensiunan harus disesuaikan dengan karakteristik tersebut agar efektif dan tepat sasaran.

2.1.2 Bank

2.1.2.1 Pengertian Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki peran strategis dalam kegiatan ekonomi suatu negara. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Kasmir (2016:2), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

Dalam konteks penelitian ini, lembaga yang menjadi fokus kajian adalah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, yaitu salah satu bank pembangunan daerah milik pemerintah provinsi Jawa Barat dan Banten yang memiliki fungsi untuk mendukung pembangunan ekonomi di wilayah operasionalnya melalui layanan keuangan

2.1.2.2 Fungsi dan Peran Bank

Bank memiliki fungsi utama dalam sistem keuangan dan pembangunan ekonomi masyarakat. Menurut Kasmir (2016:4), fungsi utama bank terbagi menjadi tiga, yaitu:

1) *Agent of Trust*

Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat untuk menyimpan dana. Kepercayaan ini menjadi dasar utama dalam menjalankan operasional bank, karena masyarakat bersedia menyimpan dana hanya pada lembaga yang dianggap aman dan kredibel.

2) *Agent of Development*

Bank memiliki peran dalam mendukung pembangunan ekonomi melalui aktivitas penyaluran kredit ke berbagai sektor, baik konsumtif maupun produktif. Penyaluran dana ini secara langsung mendorong pertumbuhan ekonomi, pembukaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat.

3) *Agent of Service*

Bank menyediakan berbagai layanan jasa keuangan yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi, seperti layanan simpan pinjam, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga layanan digital banking.

Dalam konteks ini, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk menjalankan ketiga fungsi tersebut secara aktif sebagai salah satu bank pembangunan daerah. Sebagai Bank BJB, lembaga ini tidak hanya berfokus pada penghimpunan dan

penyaluran dana, tetapi juga memiliki peran sosial dan strategis dalam pembangunan ekonomi daerah, termasuk melalui penyediaan produk keuangan yang menasar segmen pensiunan seperti Kredit Purna Bhakti (KPB).

2.1.2.3 Jenis – Jenis Bank

Menurut Kasmir (2016:35), bank dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori sebagai berikut:

- 1) Fungsi Operasional:
 - a) Bank Umum, yaitu bank yang dapat memberikan seluruh jasa perbankan.
 - b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR), yang cakupan layanannya lebih terbatas dan tidak dapat menerima giro atau melakukan transaksi valuta asing.
- 2) Kepemilikan:
 - a) Bank Pemerintah
 - b) Bank Swasta Nasional
 - c) Bank Asing
 - d) Bank Campuran
- 3) Status Devisa:
 - a) Bank Devisa
 - b) Bank Non-Devisa
- 4) Sistem Operasional:
 - a) Bank Konvensional
 - b) Bank Syariah

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk termasuk dalam kategori Bank Umum, Bank Milik Pemerintah Daerah (BUMD), Bank Non-Devisa, dan beroperasi secara konvensional. Bank BJB memiliki peran khusus dalam mendukung program-program keuangan daerah serta menjangkau segmen masyarakat yang sering tidak terlayani oleh bank nasional.

2.1.2.4 Layanan dan Produk Perbankan

Bank menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan untuk mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Menurut Kasmir (2016:108), produk dan layanan bank dikelompokkan menjadi:

- 1) Penghimpunan Dana (*Funding*):
 - a) Tabungan
 - b) Giro
 - c) Deposito Dana
- 2) Penyaluran (*Lending*):
 - a) Kredit konsumtif (misalnya Kredit Purna Bhakti untuk pensiunan)
 - b) Kredit modal kerja
 - c) Kredit investasi
- 3) Jasa Lainnya (*Services*):
 - a) Transfer dana
 - b) Kliring
 - c) Inkaso

- d) Safe deposit box
- e) Layanan kartu ATM dan kartu kredit
- f) Internet banking dan mobile banking

Dalam konteks penelitian ini, produk yang menjadi fokus adalah Kredit Purna Bhakti (KPB), yaitu salah satu bentuk kredit konsumtif yang ditujukan bagi nasabah pensiunan. KPB merupakan inovasi layanan dari PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk yang dirancang untuk memberikan kemudahan pembiayaan kepada pensiunan dengan skema cicilan tetap, tenor sesuai usia, serta proses pencairan yang relatif cepat. Layanan ini disalurkan melalui berbagai kantor cabang, termasuk Kantor Cabang Pembantu Kawalu di Kota Tasikmalaya yang menjadi lokasi penelitian ini

2.1.3 Kredit

2.1.3.1 Pengertian Kredit

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat disamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Kasmir (2016:151) mendefinisikan kredit sebagai pemberian prestasi oleh satu pihak kepada pihak lain dan prestasi tersebut akan dikembalikan pada waktu tertentu disertai imbalan atau bunga sebagai keuntungan bagi pemberi kredit.

Dalam praktiknya, kredit merupakan salah satu produk utama yang ditawarkan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB), termasuk kredit yang ditujukan bagi pensiunan seperti Kredit Purna Bhakti (KPB).

2.1.3.2 Jenis – Jenis Kredit

Menurut Kasmir (2016:160), kredit dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan kriteria tertentu:

- 1) Berdasarkan tujuan penggunaan:
 - a) Kredit konsumtif
 - b) Kredit modal kerja
 - c) Kredit investasi
- 2) Berdasarkan jangka waktu:
 - a) Kredit jangka pendek
 - b) Kredit jangka menengah
 - c) Kredit jangka panjang
- 3) Berdasarkan jaminan:
 - a) Kredit dengan agunan
 - b) Kredit tanpa agunan (KTA)
- 4) Berdasarkan sektor ekonomi:
 - a) Kredit pertanian
 - b) Kredit industri
 - c) Kredit perdagangan

d) Kredit rumah tangga

Dalam konteks penelitian ini, produk yang menjadi fokus adalah kredit konsumtif, yaitu Kredit Purna Bhakti (KPB), yang ditujukan untuk kebutuhan nasabah pensiunan secara personal, seperti biaya rumah tangga, pendidikan cucu, hingga renovasi rumah.

2.1.3.3 Prinsip – Prinsip Pemberian Kredit

Dalam memberikan kredit, bank harus memperhatikan prinsip kehati-hatian. Salah satu prinsip yang umum digunakan adalah analisis 5C, yaitu *character*, *capacity*, *capital*, *collateral*, dan *condition* (Kasmir, 2014:102)

- 1) *Character*: Kepribadian dan sikap calon debitur dalam memenuhi kewajibannya.
- 2) *Capacity*: Kemampuan membayar pinjaman dari pendapatan tetap atau usaha.
- 3) *Capital*: Modal atau kekayaan yang dimiliki oleh calon debitur.
- 4) *Collateral*: Agunan atau jaminan yang diberikan untuk menjamin kredit.
- 5) *Condition*: Kondisi ekonomi dan usaha calon debitur.

Selain 5C, beberapa bank juga menambahkan prinsip menjadi 7P, yaitu *purpose*, *person*, *payment*, *prospect*, *protection*, *profitability*, dan *party* (Kasmir, 2014:104).

Namun, secara umum PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk dalam proses Kredit Purna Bhakti lebih menekankan pada aspek *capacity*,

collateral, dan *character*, mengingat segmen pensiunan memiliki pendapatan tetap namun terbatas dari dana pensiun.

2.1.3.4 Risiko dan Pertimbangan dalam Pengambilan Kredit

Pengambilan keputusan untuk mengajukan kredit oleh nasabah tidak lepas dari berbagai pertimbangan dan risiko. Menurut Sunariyah (2006:87), risiko dalam kredit meliputi:

- 1) Risiko bunga: naik turunnya suku bunga selama masa pinjaman.
- 2) Risiko gagal bayar: ketidakmampuan untuk melunasi kredit sesuai jadwal.
- 3) Risiko inflasi: penurunan daya beli terhadap nilai kredit yang diterima.
- 4) Risiko hukum: masalah dalam perjanjian atau jaminan kredit.

Bagi nasabah pensiunan, pertimbangan yang paling dominan adalah jangka waktu kredit yang disesuaikan dengan usia, besar cicilan per bulan, dan pemahaman terhadap manfaat produk. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas dari pihak bank menjadi penting untuk meminimalkan risiko persepsi negatif dan menurunkan angka penolakan pengajuan kredit.

2.2 Pendekatan Masalah

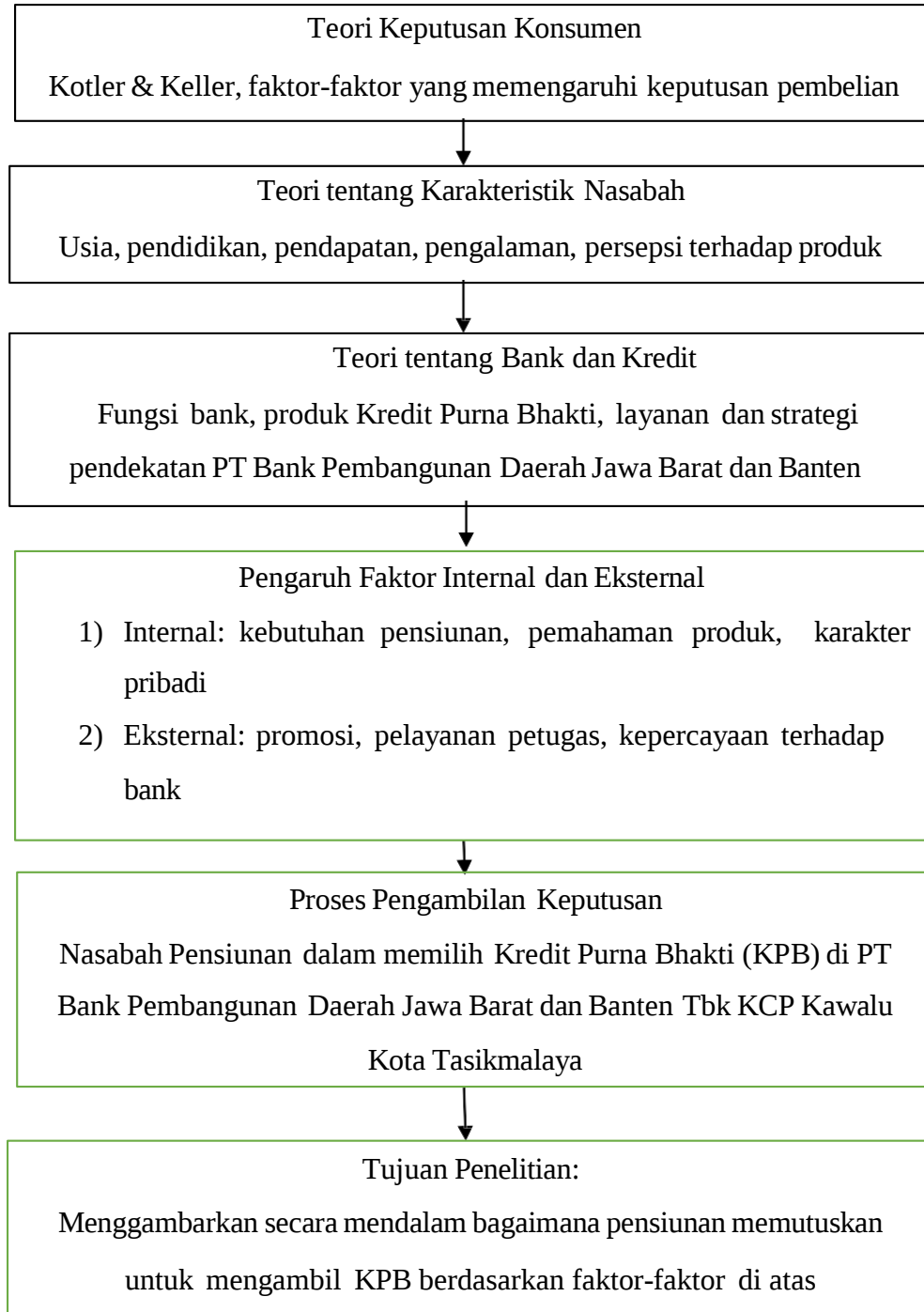
Pendekatan masalah dalam penelitian kualitatif berangkat dari pemahaman bahwa realitas sosial dibentuk oleh pengalaman subjektif individu. Dalam konteks ini, penelitian mengenai keputusan nasabah pensiunan dalam memilih produk Kredit Purna Bhakti (KPB) di Bank BJB KCP Kawalu dipandang sebagai fenomena sosial yang

kompleks, yang tidak bisa dijelaskan hanya melalui angka dan generalisasi, tetapi perlu dipahami secara mendalam dari perspektif para pelakunya.

Masalah dalam penelitian ini didekati dengan mempertimbangkan bahwa setiap keputusan nasabah merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor personal, sosial, dan institusional yang saling terkait. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menelaah bagaimana nasabah pensiunan membentuk persepsi, memaknai kebutuhan finansial mereka, serta merespons tawaran produk KPB dari bank.

Fokus utama dalam pendekatan masalah ini adalah menggali proses berpikir, nilai-nilai, serta pertimbangan subjektif yang mendasari keputusan tersebut. Dengan demikian, pendekatan ini tidak bertujuan menguji hipotesis tertentu, melainkan membangun pemahaman yang utuh dan kontekstual terhadap fenomena keputusan nasabah dalam lingkungan spesifik mereka.

Gambar 2. 1 Alur Pikir Penelitian



Sumber: Kotler & Keller (2009), Kasmir (2016), Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998, diolah oleh penulis (2025)

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian, Tahun & Tempat	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	Susanto, H., Purnamasari, P., & Mustaqaroh, A. (2023), Cikarang	Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Central Asia KCP Cikarang	Motivasi dan kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan bank.	Susanto, H., Purnamasari, P., & Mustaqaroh, A. (2023). Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Central Asia KCP Cikarang. <i>EQIEN – Jurnal Ekonomi dan Bisnis</i> , 12(2), 206–214.
2	Rachmawati, D., & Suryana, A. (2024), Bandung	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Utama Bandung	Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BJB.	Rachmawati, D., & Suryana, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BJB Cabang Utama Bandung. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis</i> , 10(1), 55–63.

No	Peneliti, Tahun & Tempat	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
3	Elyghasyah, A., & Yustini, S. (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi	Kualitas layanan, prosedur pinjaman, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.	Elyghasyah, A., & Yustini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Perbankan Syariah, 4(1).
4	Hidayat, R., & Supriyadi, D. (2023), Tasikmalaya	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Tasikmalaya	Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Hidayat, R., & Supriyadi, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Tasikmalaya. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 9(2), 121–130.

No	Nama Peneliti, Tahun & Tempat	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
5	Sari, N. P., & Wibowo, R. (2024).	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri	Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri.	Sari, N. P., & Wibowo, R. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri. Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan, 5(1), 45–56.