

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah dan Perkembangan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wijaatmadja dengan nama Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan Republik Indonesia, berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 Tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank pemerintah pertama di Republik Indonesia. Adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah Perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 Tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan, dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Panpres) No.5 Tahun 1965, BKTN diintegrasikan kedalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan satu bulan keluar Panpres No.17 Tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia.

Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia urusan Koperasi, Tani, dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II Bidang Rural, Sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II Bidang Ekspor Impor (exim).

Berdasarkan Undang-Undang No.14 Tahun 1967 tentang Undang-Undang Pokok Perbankan dan Undang-Undang No.13 Tahun 1968 tentang Undang-Undang Bank Sentral yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II Bidang Rural dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-Undang No.21 Tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai Bank Umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.21 Tahun 1992 status BRI berubah menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang kemilikannya masih 100% ditangan pemerintah.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang didirikan sejak tahun 1985 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan focus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK pada tahun 1994 sebesar Rp 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp 20.466 milyar.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi, 170 Kantor Cabang (dalam negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 3.705 BRI Unit dan 357 Pos Pelayanan Desa.

Tujuannya didirikan Bank Rakyat Indonesia Cabang Katamsa adalah guna menunjang program-program pemerintah khususnya bidang perkreditan, terutama untuk membantu pada bidang perkreditan untuk usaha kecil dan menengah.

3.2 Visi, Misi, Sasaran dan Tujuan.

3.2.1 Visi Bank Rakyat Indonesia

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

3.2.2 Misi Bank Rakyat Indonesia

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang

profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.

3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak yang berkepentingan.

3.2.3 Sasaran Jangka Panjang Bank Rakyat Indonesia (Tabun 2005)

1. Menjadi bank sehat dan salah satu dari lima bank terbesar dalam asset dan keuntungan.
2. Menjadi bank terbesar dan terbaik dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah.
3. Menjadi bank terbesar dan terbaik dalam pengembangan agrobisnis.
4. Menjadi salah satu bank *go publik* terbaik.
5. Menjadi bank yang melaksanakan *good governance* secara konsisten.
6. Merjadi budaya kerja BRI sebagai sikap dan perilaku semua insan BRI.

3.2.4 Tujuan Bank Rakyat Indonesia

Dalam upaya mencapai misi tersebut dan dengan menunjang tinggi serta berpegang teguh pada kejujuran, integritas, dan kepercayaan. BRI menetapkan beberapa tujuan antara lain:

1. Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik dengan nilai tambah yang wajar (maksimal) demi terpeliharanya hubungan kemitraan dengan nasabah secara berkesinambungan.

2. Menjadi persero yang sehat dengan mematuhi segala peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, berperan serta dalam meningkatkan mutu industri perbankan di Indonesia.
3. Memberikan kontribusi kepada masyarakat (setempat) untuk pembangunan ekonomi maupun sosial, dengan menyisihkan sebagian dari hasil usaha yang diperoleh.

3.3 Lokasi Bank Rakyat Indonesia Cabang Katamso

Letak lokasi gedung PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) cabang Katamso cukup strategis, yang berada di jalan Brigjen Katamso, yang letaknya tidak jauh dari pusat kota. Keadaan lokasi yang strategis ini sangat mendukung atas semua kegiatan yang dilakukan oleh pihak manajemen Bank Rakyat Indonesia untuk mengembangkan usahanya.

3.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Katamso secara sistematis dapat dilihat pada bagan yang tertera pada lampiran.

3.4.1 Tugas dan Tanggung Jawab Jajaran Pimpinan

3.4.1.1 Pemimpin Cabang

Tugas:

1. Melakukan pembinaan secara aktif dalam meningkatkan kemampuan pegawai di kantor cabang (kanca) dan untuk

meningkatkan kualitas setiap fungsi seperti fungsi pemasaran, operasional, dan support dapat diciptakan.

2. Menjamin ketepatan dan kebenaran pembukuan dan laporan.
3. Membina dan mengawasi kegiatan operasional kantor cabang.
4. Mengelola dan mengawasi kebutuhan logistik secara efisien.
5. Melakukan kegiatan pemasaran untuk dana dan jasa serta kredit.
6. Melakukan pembinaan dan hubungan dengan nasabah penyimpan, baik nasabah, kerjasama maupun individual.
7. Mengembangkan bisnis perkreditan di kanca guna memperoleh keuntungan/ penghasilan yang optimal dengan resiko yang dapat diterima dan tetap mempertahankan kualitas portofolio yang sehat.
8. Memantau memeriksa ulang dan mengevaluasi keberhasilan kanca.
9. Membentuk tim Penyehatan dan Penyelesaian kredit bermasalah (*Remedial Account Management*) dan bertindak sebagai ketua tim di kanca.

Wewenang

1. Melakukan negosiasi dan menyetujui tingkat suku bunga simpan sesuai dengan kewenangannya.
2. Memprakarsai, merekomendasi dan memutus kredit (kredit baru, suplesi, perpanjangan, 3R, dan penyelesaian kredit bermasalah) sesuai dengan kewenangannya.

3. Memberikan persetujuan penggunaan biaya-biaya sesuai dengan kewenangannya.
4. Memutuskan tingkat suku bunga kredit sesuai dengan kewenangannya.
5. Mengusulkan dan atau menetapkan promosi pegawai sesuai dengan ketentuan.
6. Memberikan rekomendasi pendidikan dan latihan pegawai.

3.1.4.2 Manajer Operasional

Merupakan pimpinan yang menangani administrasi kegiatan operasional juga perbankan pada kantor cabang yang bertugas:

1. Mengelola proses dan prosedur administrasi jasa perbankan.
2. Memelihara kebijaksanaan prosedur yang berkaitan dengan kegiatan jasa perbankan.
3. Mengelola administrasi kegiatan usaha kantor cabang sebagai bank umum terdiri dari pengiriman uang *Traveller Cheque*, *Money change*.
4. Mengelola administrasi kantor cabang sebagai Bank Devisa yang terdiri dari bank referensi ekspor import dan hubungan luar negeri.
5. Mengelola kegiatan administrasi usaha simpanan kantor cabang yang terdiri dari deposito, tabanas, simpanan giro.
6. Mengelola administrasi kegiatan usaha jasa bank lainnya, misalnya penerimaan setoran ONH dan dana orang tua asuh

3.5 Personalia

Bank Rakyat Indonesia Cabang Katamsa dalam menjalankan kegiatannya didukung dengan sejumlah karyawan yang bertugas sesuai dengan jabatan dan fungsinya masing-masing. Jumlah keseluruhan karyawan yang ada di BRI Cabang Katamsa adalah sebanyak 64 Orang. Dimana jajaran pimpinan dipegang oleh Pimpinan Cabang (Pinca), dibantu oleh seorang Manajer Operasional (Operating Officer). Sedangkan selebihnya adalah karyawan yang menurut struktur organisasi berada dibawah kedua pucuk pimpinan dikantor cabang ini.

3.6 Produk Simpanan dan Jasa PT. Bank Rakyat Indonesia

3.6.1 Simpanan

1. Giro

- a. GiroBRI Rupiah adalah simpanan dalam mata uang rupiah dari pihak ketiga kepada BRI yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, bilyet giro, atau surat perintah pembayaran lainnya.
- b. GiroBRI Valas adalah simpanan dalam valuta asing pihak ketiga kepada BRI yang setiap saat dapat diambil oleh pemegang rekening yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku kepada pemegang rekening GiroBRI Valas tidak diberikan buku cek atau bilyet giro untuk penarikannya.

2. Tabungan

a. Simpedes (Simpanan Pedesaan)

Simpedes adalah simpanan masyarakat pedesaan di BRI unit.

Yang termasuk dalam kelompok tabungan yang pengambilan maupun penyetorannya tidak dibatasi dalam jumlah maupun frekuensi sepanjang saldo mencukupi.

b. Simaskot (Simpanan Masyarakat Kota)

Simaskot adalah simpanan masyarakat perkotaan di BRI unit maupun kanca. Yang termasuk dalam kelompok tabungan yang pengambilan maupun penyetorannya tidak dibatasi jumlah maupun frekuensi sepanjang saldo mencukupi.

c. BRITAMA (Tabungan BRI)

BRITAMA adalah jenis produk yang paling baru diluncurkan BRI yang dilengkapi dengan fasilitas ATM (Automatic Teller Machine) yang tersebar diseluruh Indonesia

3. Deposito

a. Depobri

Depobri adalah simpanan pihak ketiga dalam rupiah atau mata uang asing yang hanya dapat diambil setelah jangka waktu yang diperjanjikan.

b. Demuna (Deposito Multi Guna)

Demuna adalah deposito berjangka dalam nilai rupiah atau mata uang asing yang dilengkapi dengan fasilitas asuransi kecelakaan untuk para deposan.

c. SertiBRI

SertiBRI adalah sertifikat deposito BRI yang diterbitkan atas pembawa (atas unjuk) dan dapat diperjualbelikan atau dipindah tangankan kepada pihak ketiga. SertiBRI tidak dapat dicairkan sebelum jatuh tempo.

3.6.2 Jasa-Jasa Bank Lainnya

1. Transfer, adalah pengiriman/ penerimaan kiriman uang yang dilakukan dalam jenis mata uang rupiah atau mata uang bukan rupiah.
2. CepeBRI (Cek Perjalanan BRI), adalah cek perjalanan yang merupakan surat berharga yang diterbitkan dalam nilai rupiah.
3. Kliring, adalah proses penyampaian surat berharga tersebut disampaikan (bank penarik), hingga adanya pengesahan oleh bank tertarik melalui lembaga kliring.
4. Penerimaan pembayaran tagihan rekening listrik. Penerimaan pembayaran tagihan rekening listrik adalah bentuk kerjasama antara BRI dengan PLN dalam hal penerimaan pembayaran rekening listrik bulanan dan tagihan lain diseluruh kanca BRI.
5. Penerimaan pembayaran Tagihan rekening telepon.

6. Penerimaan setoran ONH BRI adalah setoran ongkos naik haji yang dilakukan oleh masyarakat yang mempunyai niat melaksanakan ibadah haji dan penyetorannya dilakukan sekaligus lunas sesuai tarif ONH yang ditetapkan pemerintah dan calon haji sah terdaftar.
7. Penerimaan setoran GN-OTA adalah setoran dari perorangan, organisasi/ lembaga dan perusahaan untuk diserahkan kepada lembaga GN-OTA, guna membantu biaya pendidikan anak asuh.
8. Penerimaan Negara (PAJAK), adalah setoran yang diterima oleh bank dari pihak ketiga berupa pajak yang akan disetorkan ke rekening kas Negara yang ditata usahakan oleh BRI.
9. Penerimaan uang setoran SIM.
10. Penerimaan uang titipan denda tilang, adalah setoran para pelanggar lalu lintas yang ditindak POLRI dan disetorkan di Kanca BRI pelaksana yang ditunjuk oleh POLRI.

3.6.3 Pinjaman/ Kredit

1. Kretap (kredit kepada golongan berpenghasilan tetap).
2. Kresun (kredit dengan gadai pensiun).
3. Kredit Serbaguna.
4. Kredit Kecil Investasi dan Kredit Kelayakan Usaha (KKU), Kredit Umum Pedesaan (Kupedes).
5. Kredit Kepada Badan Kredit Desa (BKD).

3.7 Ketentuan Suku Bunga Simpanan Yang Berlaku di Bank Rakyat Indonesia.

3.7.1 Giro

Tabel 3.1
Suku Bunga Simpenan Jenis Giro

Keterangan	Saldo	Suku Bunga (%)
Giro BRI Rupiah	< 5 Juta	0,00
	5 Juta – 25 Juta	2,00
	25 Juta – 100 Juta	3,00
	> 100 Juta	5,00
Giro BRI Valas	< US \$ 1.000	0,00
	> US \$ 1.000	3,00

Sumber: data primer

3.7.2. Tabungan

Tabel 3.2
Suku Bunga simpanan Jenis Tabungan

Keterangan	Saldo	Suku Bunga (%)
BRITAMA	< 50.000	0,00
	50.000 – 2 Juta	7,00
	2 Juta – 50 Juta	9,00
	> 50 Juta	11,00
TABANASBRI	< 10.000	0,00

	>10.000	10,00
SIMASKOT	< 25.000	0,00
	25.000 – 1 Juta	7,00
	1 Juta – 5 Juta	9,00
	> 5 Juta	11,00
SIMPEDES	< 10.000	0,00
	10.000 – 1 Juta	6,00
	1 Juta – 5 Juta	8,00
	> 5 Juta	9,00
Tabungan Haji (Bagi Hasil)	Minimal 5 Juta	4,00

Sumber: data primer

3.7.3. Deposito dan SertiBRI Rupiah

Tabel 3.3

Suku Bunga Simpanan Jenis Deposito

Keterangan	Jangka Waktu	Suku Bunga (%)
Deposito dan SertiBRI dengan nilai nominal (<Rp. 100 Juta per Bilyet)	01 bulan	12,50
	02 bulan	12,50
	03 bulan	12,50
	06 bulan	12,50
	12 bulan	12,50
	18 bulan	12,50

	24 bulan	12,50
Deposito dan SertiBRI dengan nilai nominal (>Rp. 100 Juta per Bilyet)	01 bulan	14,50
	02 bulan	14,50
	03 bulan	14,75
	06 bulan	14,75
	12 bulan	13,50
	18 bulan	13,50
	24 bulan	13,50

Sumber: data primer

3.8 METODE PENELITIAN

Untuk dapat mencapai hasil penelitian yang dapat diyakini sebagai suatu kebenaran sangat erat berkaitan dengan metode yang digunakan dalam kaitannya dengan penelitian skripsi ini bahwa metode yang dianggap penting secara berturut-turut adalah variabel penelitian, populasi, sample, pengumpulan data dan metode analisis data dengan penjelasan sebagai berikut.

3.8.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

a. Nasabah Bank Rakyat Indonesia (sebagai respondent)

- Jenis Kelamin

-Tingkat usia

- Tingkat pendidikan

- Lama menabung

b. Kualitas pelayanan yang meliputi

- keandalan

- keresponsifan (ketanggapan)

- keyakinan

- empati

- berwujud

3.8.2 Definisi Operasional Variabel

a. Nasabah Bank BRI

- Jenis Kelamin : jenis kelamin responden

- Tingkat Usia: berapa usia konsumen yang menjadi responden

- Tingkat pendidikan: Jenjang studi dari konsumen

- Lama menabung: jangka waktu seorang konsumen menjadi nasabah pada bank BRI.

b. Kualitas Pelayanan

Adalah kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kepuasan nasabah.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

- Keandalan (reability) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

- Kersponsifan (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
- Keyakinan (*confidence*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- Empaty (*emphaty*) yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi nasabah.
- Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

3.8.3 Sifat Data Pengukuran Variabel

Sifat dari data variabel penelitian adalah berskala interval. Sedangkan skala pengukuran variabel menggunakan skala 5 tingkat (*Likert*) dengan skor kualitatif yang bergerak dari angka 1 sampai dengan 5. Atribut-atribut perusahaan ini diukur melalui penilaian respon tentang tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan dari kualitas pelayanan atribut perusahaan.

Masing-masing pernyataan untuk mengetahui bobot kepentingan diberi jawaban alternatif sebagai berikut:

- Sangat penting skor 5
- Penting skor 4
- Cukup penting skor 3
- Kurang penting skor 2

- Tidak penting skor 1

Persepsi (tanggapan) nasabah bank adalah tanggapan yang dilakukan oleh konsumen atas suatu stimuli yang diterima/ tanggapan masyarakat terhadap kinerja PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) dengan jawaban alternatif, yang disebut juga sebagai tingkat kepercayaan. sebagai berikut:

- Sangat baik skor 5
- Baik skor 4
- Cukup baik skor 3
- Kurang baik skor 2
- Tidak baik skor 1

3.8.4 Metode Pengambilan Sample.

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah kepada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) yang melakukan pinjaman kredit.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari anggota populasi yaitu nasabah yang melakukan pinjaman kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) cabang Katamso.

c. Pengambilan besarnya cuplikan sampel

Pengambilan sample dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Karena ukuran populasi tidak terhingga jumlahnya maka jumlah sample yang akan diambil hanya berdasarkan ketersediaan waktu dan tenaga peneliti. Berdasarkan hal itulah maka penelitian ini akan diambil sebanyak responden.

Sedangkan penentuan sampel dengan menggunakan rumus

$$n = 1/4 \left[\frac{Z \cdot 1/2\alpha}{E} \right]^2$$

Dimana:

n: Besarnya sampel yang diduga

Z: Confidence coefisient. Dalam penelitian ini 95%, dalam daftar table bernilai 1,96.

α : Deviasi satandar populasi. Dalam perelitian ini 0,05

E: Besar Error yang diterima. Dalam penelitian ini 0.09

Jadi perhitungannya adalah:

$$\begin{aligned} n &= 1/4 \left[\frac{1,96}{0,09} \right]^2 \\ &= 118,57 \approx 120 \text{ (Pembulatan)} \end{aligned}$$

3.8.5 Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara logis dari responden. Alat yang digunakan untuk pengukuran data adalah kuisisioner/ daftar pertanyaan yang secara fisik tertulis dan diberikan kepada responden untuk dijawab. Dengan kuisisioner ini diharapkan responden bersedia memberikan jawaban secara obyektif.

b. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari pihak kedua yang terkait yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) cabang Katamsa.

3.9 ANALISA DATA

Dalam upaya untuk mencapai tujuan penelitian, maka data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

3.9.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis ini diperlukan untuk menguraikan data-data yang akan diperoleh dari responden atas penyebaran kuesioner. Dalam analisis ini akan dilakukan persentase atas karakteristik konsumen berdasarkan atas hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah (responden) PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Cabang Katamsa yang mana nantinya dapat diajukan sebagai landasan dalam pengambilan kebijakan.

3.9.2 Analisis Data Kuantitatif

Pada tahap ini, data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner diolah dengan menggunakan alat analisa fisbein dimana nantinya diharapkan hasilnya dapat memberikan penjelasan secara ilmiah terhadap penelitian yang dilaksanakan.

Rumus yang digunakan dalam metode ini yaitu:

$$A_b = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

dimana:

A_b = Persepsi total individu terhadap obyek

b_i = Kekuatan keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut i

e_i = evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut i

n = jumlah kriteria atribut yang relevan.

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Proses selanjutnya, adalah menganalisis data yang telah diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner dan pengumpulan informasi yang sekiranya diperlukan. Pada bagian ini data dikumpulkan kemudian diolah lebih lanjut berdasarkan atas metodologi penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Analisa data ini terdiri dari dua bagian yaitu; analisa data kualitatif yang mencakup tentang analisa jawaban yang diberikan oleh responden yang berbentuk tabel dan persentase. Untuk mendukung kebenaran alat analisa tersebut peneliti melaksanakan pendeskripsian dan interpretasi. Selanjutnya analisa data kuantitatif yaitu analisa data dengan menggunakan alat-alat analisa untuk mengolah data-data yang telah diperoleh sehingga penelitian menghasilkan suatu kesimpulan yang ilmiah.

4.1 Analisis Data Kualitatif

Merupakan penggambaran ringkasan dari data yang telah diperoleh berdasarkan atas kuesioner yang telah dibagi dan dikumpulkan. Pada proses ini, yang menjadi fokus dalam analisis ini adalah tentang karakteristik responden yang menjadi obyek penelitian.

4.1.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin disini yaitu memberikan gambaran tentang frekuensi dalam bentuk persentase dari respondent. Berdasarkan hasil data dari

kuesioner yang telah diberikan diperoleh data, yang digambarkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut;

Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	62	51,7
Wanita	58	48,3

Berdasarkan pada Tabel 4.1. dapat diketahui dari keseluruhan responden, yang terbanyak yaitu pada responden pria, sebanyak 62 orang dengan persentase 51,7% artinya setengah dari keseluruhan responden sejumlah 120 orang adalah pria, kemudian pada respondent Wanita sebanyak 58 orang dengan persentase 48,3%.

Berdasarkan Tabel 4.1 maka dapat diberikan penggambaran bahwa sebagian besar responden dalam penelitian kali ini berjenis kelamin pria.

4.1.2 Tingkat Usia

Selanjutnya, karakteristik responden ditinjau dari tingkat usia responden, dimana dari tingkat usia dapat merujuk ke tingkat kematangan berpikir seseorang dalam menentukan keputusan. Berdasarkan hasil data dari kuesioner yang telah diberikan diperoleh data, yang digambarkan pada Tabel 4.2 sebagai berikut;

Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia

Tingkat Usia	Frekuensi	Persentase
Usia 13 – 24 tahun	11	9,2
Usia 25 – 34 tahun	61	50,8
Usia 35 – 45 tahun	26	21,7
> 46 tahun	22	18,3

Berdasarkan pada Tabel 4.2. dapat diketahui dari keseluruhan responden, yang terbanyak yaitu responden pada tingkat usia 25 sampai 34 tahun, sebanyak 61 orang dengan persentase 50,8%, kemudian pada tingkat usia 35 sampai 45 tahun, sejumlah 26 orang dengan persentase 21,7%, kemudian tingkat usia 46 tahun keatas sejumlah 22 orang dengan persentase 18,3% dan yang terakhir pada tingkat usia 13 sampai 24 tahun sejumlah 11 orang dengan persentase 9,2%. Berdasarkan Tabel 4.2 maka dapat diberikan penggambaran bahwa sebagian besar responden dalam penelitian kali ini berusia 25 sampai 34 tahun (50,2%).

4.1.3 Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden selanjutnya yaitu tingkat pendidikan, yang mana diperoleh data, yang digambarkan pada Tabel 4.3 sebagai berikut;

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	11	9,2
SMP	6	5,0
SMA	27	22,5
D1	3	2,5
D2	3	2,5
D3	32	26,7
S1	27	22,5
Pasca Sarjana	11	9,2

Berdasarkan pada Tabel 4.3. dapat diketahui tingkat pendidikan respondent sejumlah 120 orang diketahui; SD sebanyak 11 orang (9,2%), SMP sebanyak 6 orang (5,0%), SMA 27 orang (22,5%), D1 3 orang (2,5%) D2 3 orang (2,5%) D3 32 orang (26,7%), S1 27 orang (22,5%) dan Pasca sarjana sejumlah 11 orang (9,2%)

Berdasarkan Tabel 4.3 maka dapat diberikan penggambaran bahwa responden pada tingkat pendidikan D3 paling banyak (26,7%) dalam penelitian kali ini.

4.1.4 Lama Menabung

Karakteristik responden yang terakhir yaitu dilihat dari seberapa lama respondent menabung pada bank BRI. Berdasarkan hasil data dari kuesioner yang telah diberikan diperoleh data, yang digambarkan pada Tabel 4.4 sebagai berikut;

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan lama menabung

Lama Menabung	Frekuensi	Persentase
1 – 5 tahun	38	31,7
6 – 10 tahun	48	40,0
11 – 15 tahun	24	20,0
16 – 20 tahun	10	8,3

Berdasarkan pada Tabel 4.4 dapat diketahui dari keseluruhan responden sejumlah 120 orang, lama menabung 1 – 5 tahun sebanyak 38 orang (31,7%), 6 – 10 tahun sebanyak 48 orang (40,0%), 11 – 15 tahun 24 orang (20,0%) dan 16 – 20 tahun sebanyak 10 orang (8,3%). Berdasarkan table 4.4 maka dapat diberikan gambaran bahwa sebagian responden lama menabung didominasi pada 6 – 10 tahun.

4.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisa ini dilaksanakan dengan menggunakan alat-alat analisa untuk mengolah data-data yang telah diperoleh sehingga penelitian menghasilkan suatu kesimpulan yang ilmiah. Dalam penelitian kali ini digunakan dua analisa kuantitatif yaitu metode Fishbein, model ini menjelaskan bahwa persepsi terhadap obyek tertentu didasarkan pada peringkat kepercayaan yang kemudian diringkas mengenai atribut obyek bersangkutan, kemudian diberi bobot evaluasi terhadap atribut tersebut. Rumus yang digunakan dalam metode ini yaitu:

$$A_b = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

dimana:

A_b = Persepsi total individu terhadap obyek

b_i = Kekuatan keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut i

e_i = evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut i

n = jumlah kriteria atribut yang relevan.

Untuk dapat mengukur persepsi konsumen proses pertama yang dilakukan adalah memberikan skala atau bobot terhadap penilaian yang diberikan oleh responden. Untuk variabel kekuatan keyakinan konsumen (b_i) diberikan skala sebagai berikut:

Sangat Baik (SB)	diberi nilai	5
Baik (B)	diberi nilai	4
Cukup baik (CB)	diberi nilai	3
Kurang baik (KB)	diberi nilai	2
Tidak baik (STB)	diberi nilai	1

Hasil penilaian yang diberikan responden selanjutnya dikalikan dengan skala yang telah ditentukan, selanjutnya nilai dari hasil perkalian tiap atribut dijumlahkan. Hasil penjumlahan dari tiap atribut kemudian dibagi dengan jumlah total responden yang dipergunakan.

Hasil selengkapnya dari penyebaran kuesioner untuk variabel keyakinan dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tingkat kekuatan keyakinan konsumen (b_i) Pelayanan Bank Rakyat
Indonesia Cabang Katamso

Atribut	Peringkat					Jumlah bobot	Nilai b _i
	SB	B	CB	KB	TB		
Reability	5	101	10	4	-	467	3,89
Responsiveness	1	104	10	5	-	461	3,84
Confidence	1	114	5	-	-	476	3,97
Emphaty	-	98	22	-	-	458	3,82
Tangible	-	112	8	-	-	472	3,93

Sumber: data primer

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai dari tingkat keyakinan konsumen pada variabel reability sebesar 3,89. Variabel responsiveness 3,84. Variabel confidence sebesar 3,97. Variabel emphaty sebesar 3,82, dan variabel tangible sebesar 3,93. Secara keseluruhan dapat diketahui, skor tingkat keyakinan tertinggi pada variabel confidence dengan skor 3,97. Artinya responden yakin bahwa bank BRI unit katamso telah memberikan rasa confidence kepada nasabah (114 menyatakan baik). Skor terendah pada variabel emphaty dengan skor 3,82, dimana dapat diartikan dari kelima variabel yang ada variabel emphaty yang respondent masih menaruh keyakinan yang kecil, artinya bank BRI unit Katamso masih perlu memberikan nilai tambah pada emphaty terhadap nasabah.

Proses selanjutnya yaitu menentukan skala atau bobot terhadap persepsi dari penilaian yang diberikan responden, dari sini nantinya dapat diketahui tingkat kepercayaan responden sehingga nantinya dapat diukur persepsi

konsumen terhadap variabel yang ada. Skala yang digunakan untuk pernyataan persepsi konsumen yaitu;

Sangat Penting (SP)	diberi nilai	5
Penting (P)	diberi nilai	4
Cukup Penting (CP)	diberi nilai	3
Kurang Penting (KP)	diberi nilai	2
Sangat tidak Penting (STP)	diberi nilai	1

Hasil dari pembagian kuesioner untuk variabel evaluasi dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut;

Tabel 4.6

**Skor evaluasi tingkat kepercayaan (e) terhadap pelayanan Bank
Rakyat Indonesia Cabang Katamso**

Atribut	Peringkat					Jumlah bobot	Skor evaluasi (timbangan)
	SP	P	CP	TP	STP		
Reability	81	39	-	-	-	561	4,68
Responsiveness	86	34	-	-	-	566	4,71
Confidence	91	29	-	-	-	571	4,76
Emphaty	75	46	3	-	-	568	4,73
Tangible	38	61	21	-	-	497	4,14
						2763	23,03

Sumber: data primer

Dari Tabel 4.6 dapat kita ketahui nilai evaluasi tiap-tiap variabel. Variabel yang memiliki nilai tertinggi yaitu variabel confidence dengan nilai 4,76 kemudian yang kedua yaitu variabel emphaty dengan nilai 4,73 yang

ketiga variabel responsiveness dengan nilai 4,71 yang keempat variabel reability dengan nilai 4,68 dan yang terakhir yaitu variabel tangible dengan nilai 4,14.

Secara keseluruhan kita dapat menarik kesimpulan bahwa setelah melalui proses evaluasi tingkat kepercayaan konsumen ternyata persepsi nasabah menempatkan variabel confidence dalam tingkat tertinggi. Selanjutnya variabel tangible pada tingkat terendah dengan nilai 4,14. Hasil dari proses pada tahap ini dapat kita menarik kesimpulan bahwa nasabah memberikan persepsi yang penting terhadap variabel confidence, dimana dapat menjadi masukan yang besar bagi pihak bank BRI Cabang Katamso.

Berdasarkan angka dari variabel tingkat keyakinan (b_i) dan variabel evaluasi tingkat kepercayaan (e_i) maka dapat dihitung persepsi konsumen dengan memasukkan angka dari tiap variabel ke dalam rumus Fishbein. Hasil dari persepsi konsumen tersebut dimasukkan kedalam skala penerimaan konsumen yaitu:

$0 < A_b < 20$ artinya daerah penerimaan sangat tidak baik

$21 < A_b < 40$ artinya daerah penerimaan tidak baik

$41 < A_b < 60$ artinya daerah penerimaan cukup baik

$61 < A_b < 80$ artinya daerah penerimaan baik

$81 < A_b < 100$ artinya daerah penerimaan sangat baik

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Bank Rakyat Indonesia cabang Katamso yaitu

$$A_b = (3,89 \times 4,68) + (3,84 \times 4,71) + (3,97 \times 4,76)$$

$$\begin{aligned} & + (3,82 \times 4,73) + (3,93 \times 4,14) \\ A_b & = (18,2) + (18,09) + (18,89) + (18,07) + (16,27) \\ A_b & = 89,52 \end{aligned}$$

Persepsi konsumen terhadap lima variabel dimensi kualitas pelayanan jasa pada bank BRI cabang katamso, ditunjukkan oleh angka 89,52 yang berada pada $81 < A_b < 100$ daerah penerimaan baik. Artinya konsumen memberikan penilaian baik terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh bank BRI cabang Katamso.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Pada penelitian ini yang akan diketahui adalah bagaimana persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan atas produk yang ditawarkan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Katamso. Berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dilakukan, maka hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bahwa pada umumnya nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Katamso memiliki persepsi baik terhadap kualitas pelayanan bank tersebut. Hal ini ditinjau dari segi apa yang diharapkan nasabah dengan kinerja yang dilakukan perusahaan (kinerja yang dirasakan nasabah). Dari hasil penelitian angka/ skor berada pada skala baik. Dan jika diurutkan dari yang tertinggi, urutan pertama adalah Confidence dengan nilai 4,76 kemudian yang kedua Emphaty dengan nilai 4,73 yang ketiga Responsiveness dengan nilai 4,71 yang keempat Reability dengan nilai 4,68 dan yang terakhir Tangible dengan nilai 4,14.
2. Dari hasil analisis diketahui bahwa masing-masing variable penelitian mempunyai perbedaan, tetapi perbedaan menunjukkan angka yang positif. Hal ini ditunjukkan dengan skor total kinerja pada masing-masing variable lebih besar daripada skor total tingkat kepentingan. Sehingga dapat dikatakan

bahwa secara umum kinerja yang dilakukan pihak bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

5.2 SARAN

Dari hasil pengamatan dan analisis yang dilakukan maka dapat disampaikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Katamso sehingga dapat menentukan kebijakan dimasa datang.

Adapun saran-saran yang diberikan yaitu:

1. Dari kelima variable yang diteliti, ternyata variable Confidence mendapat persepsi baik yang menempati urutan pertama dari responden. Dengan demikian maka PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Katamso hendaknya mempertahankan kinerja yang selama ini dilakukan pada variable ini. Agar persepsi nasabah tetap baik dan tidak menurun.
2. Emphaty menempati urutan terakhir dari perepsi nasabah, respondent masih menaruh keyakinan yang kecil, artinya bank BRI Cabang Katamso masih perlu memberikan nilai tambah pada emphaty terhadap nasabah.