

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar belakang masalah

Dunia perbankan di Indonesia saat ini sedang mengalami masa-masa transisi setelah terjadinya krisis ekonomi yang melanda sebagian negara-negara ASEAN. Pengaruh ekonomi internasional kepada ekonomi nasional dengan implikasinya yang pada akhirnya dapat mempengaruhi sektor moneter dan sektor riil, hal ini akan berdampak langsung kepada kehidupan dan kelangsungan industri perbankan dalam semua lini, baik bank umum maupun Bank Perkreditan Rakyat. Dunia perbankan yang efisien dan sehat sesungguhnya merupakan instrumen perekonomian nasional yang sangat strategis bagi daya tahan dan sebagai upaya memperkuat fundamental ekonomi nasional.

Bank merupakan lembaga keuangan yang diberi kepercayaan oleh masyarakat untuk menyimpan uang dengan aman dan terjamin keselamatannya. Dalam Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 disebutkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Menurut Mubyarto dan Edi Suandi Hamid, menyatakan pengertian BPR adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Bank Perkreditan Rakyat melakukan usahanya antara lain sebagai berikut :

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
- d. Menyertakan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI).

Adapun kegiatan-kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh BPR adalah :

- a. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
- c. Melakukan usaha penyertaan modal.
- d. Melakukan usaha perasuransian.

Oleh karena itu, agar BPR dapat menghasilkan kinerja yang baik dan mampu bersaing dalam bisnis perbankan maka dituntut untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah maupun calon nasabah. Untuk dapat melakukan pelayanan sesuai dengan kebutuhan nasabah, perlu dibuat suatu standar dimensi kualitas pelayanan. Ada lima dimensi mutu menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (J.Supranto, 1997) yaitu : *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan memberikan jasa yang sudah dijanjikan secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap atas keluhan dan masalah-masalah yang dihadapi nasabah, *Assurance* (jaminan) yaitu pelayanan kerugian bagi nasabah serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan, *Empathy* (keramahan) yaitu sikap dan tindakan yang mencerminkan

adanya pemberian perhatian pribadi kepada nasabah, syarat untuk peduli, atau kepedulian untuk memberikan perhatian pribadi pada nasabah, *Tangibles* (berwujud) yaitu tampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Dalam kondisi persaingan yang sangat ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan adalah kepuasan konsumen (nasabah). Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah menjadi topik yang sangat dibicarakan pada tingkat internasional, nasional, industri dan perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan sebagai jaminan kualitas yang menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, dimana bank perkreditan rakyat yang berdiri ditengah masyarakat akan sangat menarik jika kita mengetahui persepsi konsumennya. Bukan hanya bank-bank besar yang dapat memberikan kepuasan kepada pengguna jasanya saja yang akan dapat bertahan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas maka penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Nasabah Debitur Pada PD. BPR - BKK Pekuncen di Kabupaten Banyumas Ditinjau dari Segi Pelayanan”**.

I.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah debitur dilihat dari segi pelayanan yang diberikan oleh PD. BPR - BKK PEKUNCEN ?
2. Variabel pelayanan manakah yang memberikan kontribusi paling besar terhadap tingkat kepuasan nasabah debitur pada PD. BPR - BKK PEKUNCEN?

I.3. Batasan Masalah

Untuk menyederhanakan masalah, maka dalam masalah ini dibatasi sebagai berikut :

1. Obyek penelitian yang digunakan adalah nasabah debitur (nasabah yang mengambil kredit) PD BPR-BKK Pekuncen di Kabupaten Banyumas.
2. Elemen yang diteliti adalah jasa pelayanan yang diberikan oleh PD BPR-BKK Pekuncen di Kabupaten Banyumas.
3. Wilayah penelitian di Pekuncen Kabupaten Banyumas.
4. Batasan yang berkenaan dengan atribut Variabel pelayanan :
 - A. *Reliability*, unsur yang disurvei meliputi:
 1. Perjanjian waktu dengan petugas
 2. Kemampuan menyelesaikan transaksi
 3. Prosedur pelayanan
 - B. *Responsiveness*, unsur yang disurvei meliputi :
 1. Cepat tanggap dalam melayani nasabah
 2. Kecepatan dan ketepatan dalam menyelesaikan transaksi

3. Keinginan membantu nasabah dalam hal pelayanan.

C. *Assurance*, unsur yang disurvei meliputi :

1. Pengetahuan petugas
2. Jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap perusahaan
3. Pelayanan yang sopan dan ramah

D. *Empathy*, unsur yang disurvei meliputi :

1. Memberikan perhatian secara individu
2. Kemampuan petugas untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah debitur
3. Pelayanan kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial

E. *Tangibles*, unsur yang disurvei meliputi :

1. Kebersihan, kerapian, keamanan dan kenyamanan ruangan
2. Kerapian dan kebersihan penampilan karyawan
3. Kelengkapan fasilitas yang digunakan

5. Batasan yang berkenaan dengan karakteristik konsumen :

1. Jenis kelamin :

- Pria
- Wanita

2. Usia :

- 21 th – 30 th
- 31 th – 40 th
- 41 th – 50 th
- 51 th – 60 th

- > 60 th

3. Pekerjaan :

- Pegawai Negeri
- Karyawan Swasta
- Petani
- Wiraswasta
- Pedagang
- Lain-lain

4. Pendidikan terakhir :

- SD
- SLTP
- SLTA
- DI
- D3
- S1
- S2

5. Penghasilan rata-rata (per bulan)

- < Rp. 500.000,00
- Rp. 500.000,00 – < Rp. 1000.000,00
- Rp. 1000.000,00 – < Rp. 3000.000,00
- Rp. 3000.000,00 - < Rp. 5000.000,00
- > Rp. 5000.000,00

6. Jenis produk yang diambil adalah pinjaman (kredit)

7. Jumlah kredit yang diambil :

- < Rp. 1.500.000,00
- Rp. 1.500.000,00 - < Rp. 3000.000,00
- Rp. 3.000.000,00 - < Rp. 5.000.000,00
- Rp. 5.000.000,00 - < Rp. 10.000.000,00
- > Rp. 10.000.000,00

I.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

I.4.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah debitur pada PD. BPR - BKK PEKUNCEN
- b. Untuk mengetahui prioritas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah debitur

I.4.2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi PD. BPR - BKK PEKUNCEN dalam menetapkan strategi pelayanan bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah baik kreditur maupun debitur pada masa yang akan datang.

- b. Bagi Penulis

1. Digunakan sebagai salah satu latihan penerapan dari teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktek yang sesungguhnya.

2. Sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- c. Bagi Pihak lain
- Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tolak ukur kinerja dunia perbankan lainnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan semakin kompleks. Kebutuhan dan keinginan tersebut akan menimbulkan permintaan yang hanya dapat diatasi melalui pemilihan produk guna memuaskan keinginan dan kebutuhan tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba.

Definisi pemasaran yang dikemukakan pada awalnya menitik beratkan pada barang, kemudian, lembaga-lembaga yang melaksanakan penjualan, dan terakhir pada fungsi-fungsi yang dilaksanakan dalam transaksi pemasaran .

Menurut Philip Kotler (1996 : 13) Pemasaran adalah “ . . . *Suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain* “.

Dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Sedangkan menurut William J Stanton (1986 : 5) Pemasaran adalah “ *Suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk*

merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada atau pembeli potensial”.

Definisi ini meninjau pemasaran dari sejak sebelum barang diproduksi, bukannya dimulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir dengan kegiatan penjualan, sehingga pemasaran memiliki pengertian yang jauh lebih luas.

Pemasaran merupakan kegiatan inti perusahaan dalam mencapai tujuan haruslah dikoordinasi dan dikelola dengan baik, oleh karena itu dikenal istilah manajemen pemasaran. Adapun pengertian manajemen pemasaran menurut Philip Kotler (1997 : 13) adalah sebagai berikut :

“ Manajemen Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan dan individu dan organisasi ”.

Dari definisi di atas terlihat bahwa program yang dirancang terutama diarahkan untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak untuk menghasilkan tingkat transaksi yang diinginkan.

2.2. Kualitas Jasa

Kualitas jasa (*service quality*) adalah pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diperoleh dari

pelayanan (Gagliano, 1994 : 60). Kualitas jasa ini menjadi ukuran bagi kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*).

Ekspektasi konsumen merupakan perkiraan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia mengkonsumsi produk tertentu. Persepsi ialah apa yang diterima konsumen setelah mengkonsumsi produk yang dibelinya, yang dalam istilah Kotler disebut *customer delivered value*.

Survei kepuasan konsumen adalah penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan mengajukan pertanyaan kepada para konsumen. Melalui survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu *directly reported satisfaction*, *problem analysis*, *importance-performance analysis* dan *derived dissatisfaction* (Kotler, 1994 : 42).

2.3.Keputusan Konsumen Jasa.

Membangun kepuasan adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan kesesuaian atau perbedaan antara harapan dan kinerja yang telah diterima. Apabila harapan konsumen tinggi sedangkan proses kinerjanya biasa-biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa). Dan sebaliknya, apabila untuk kinerja lebih tinggi dari harapan maka konsumen akan merasa lebih puas (kepuasan meningkat).

Maka dari itu, kualitas jasa harus bisa memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah. Konsep kualitas lebih sekedar memenuhi harapan tentang ketepatan waktu, akurasi pekerjaan, ketepatan tanggapan, dan unjuk kerja. Harapan konsumen cenderung meningkat sejalan dengan pengalaman mereka.

Teori kepuasan konsumen selalu didasarkan kepada upaya kesesuaian atau paling sedikit penyempitan *gap* antara keadaan yang diinginkan (harapan) dengan keadaan yang dihadapi (*perceived*). Harapan konsumen dapat dibentuk melalui komunikasi perusahaan kepada konsumen. Harapan itu akan meningkat atau bahkan menurun setelah konsumen berinteraksi dengan konsumen lain dan Zeithaml dan Bitner (1996) secara singkat menyebutnya sebagai *gap* kualitas jasa. Motivasi konsumen untuk menutup *gap* kualitas jasa lebih besar daripada untuk barang. Harapan mereka menentukan setiap pembelian mereka. Jenis-jenis harapan untuk jasa terbagi menjadi empat (Yasid, 1996: 61) yaitu :

1. Konsumen yang selalu berpikir ekonomis.

Konsumen ini senantiasa memaksimalkan manfaat atau nilai yang diperolehnya dari upaya, waktu, dan uang yang dikeluarkan. Dan kadang-kadang mau bertindak sebagai konsumen yang mencari nilai dan akan menjadi ujian kekuatan kompetitif suatu perusahaan jasa di pasarnya. Jika kehilangan konsumen ini, maka akan menjadi peringatan bagi ancaman kompetitif potensial.

2. Konsumen yang membutuhkan pelayanan personal.

Konsumen ini menghendaki kenikmatan pribadi (personal), seperti pengakuan dan perlindungan dari pengalaman jasanya.

3. Konsumen yang etis

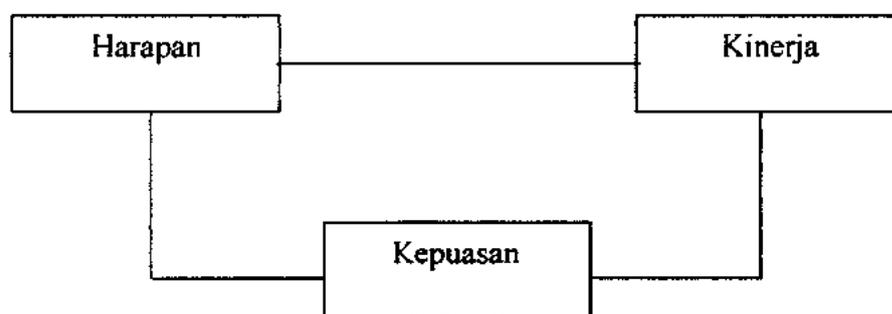
Konsumen ini merasa bahwa bekerja sama dengan kelompok atau perusahaan tertentu merupakan kewajiban moral. Perusahaan yang telah membangun reputasi untuk pelayanan masyarakat dapat menggunakan perasaan ini dalam menciptakan loyalitas konsumen.

4. Konsumen kenyamanan

Konsumen jenis ini lebih menyukai kenyamanan daripada untuk *shpping* jasa. Karena menurut mereka kenyamanan adalah resep rahasia untuk menarik mereka. Konsumen sering mau membayar ekstra untuk pelayanan personal atau istimewa.

Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Kepuasan di sini didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan (James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 1995 : 210). Singkatnya, alternative tersebut setidaknya bekerja sebaik yang anda harapkan. Ketidakpuasan tentu saja adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif. Richard Oliver telah mempelopori penelitian mengenai subyek ini dengan model diskonfirmasi secara harapan. Maka dengan itu akan tercipta hasil yang memuaskan jika

dikonfirmasikan secara positif, dan yang berlawanan terjadi ketika dikonfirmasikan secara negative. Ketidakpuasan kerap merupakan peramal yang buruk untuk perilaku mengeluh. Ada bukti meyakinkan yang memperlihatkan bahwa usaha yang sungguh-sungguh untuk memperbaiki masalah, meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa perusahaan bersangkutan benar-benar peduli. Tidak mengherankan, kepuasan dan niat untuk membeli ulang diperkuat secara nyata. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan berdasar kepuasan yang murni dan terus menerus merupakan salah satu asset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Dan proses kepuasan akan dijelaskan dalam gambar di bawah ini :



Gambar 2.1

Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan terjadi bila hasil penelitian kinerja setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Ketidakpuasan adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negative, maksudnya adalah kinerja lebih rendah daripada harapan. Dan harapan sendiri merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang hal-hal yang akan diterimanya. Sedangkan kinerja merupakan evaluasi konsumen tentang hal-hal yang sudah diterimanya.

2.4. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan bagian dari kegiatan manusia sehingga bila membahas perilaku konsumen berarti membahas kegiatan manusia dalam ruang lingkup yang terbatas. Perilaku konsumen selalu berubah sesuai dengan pengaruh sosial, budaya yang semakin luas, latar belakang sosial yang semakin mendesak, selera dan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat.

Ada beberapa pendapat yang mengemukakan pengertian perilaku konsumen, diantaranya adalah:

Menurut James F. Engel et.al (AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 1998 : 3) :

“ Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang atau jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut “.

Menurut David L. Lauden dan Albert. Della Bitta AA. Anwar Prabu Mangkunegara, 1998 : 3) :

“ Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktifitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa “.

Dari definisi tersebut terdapat elemen penting dalam perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semua ini mencerminkan usaha konsumen untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Perilaku konsumen tidak hanya mengamati kegiatan-kegiatan yang tampak jelas dan mudah diamati saja, melainkan meliputi pula proses-proses yang sulit diatasi.

2.5 Ekspektasi Konsumen

Ekspektasi konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithaml, et. Al, 1993). Pengertian ekspektasi konsumen terhadap jasa mempunyai arti prediktif dan ideal (Parasuraman et.al, 1993 : 5). Dalam arti prediktif, ekspektasi konsumen adalah perkiraan konsumen tentang kinerja jasa yang akan terjadi dari transaksi jasa (*predicted service*), sedang dalam arti ideal, ekspektasi konsumen adalah keinginan konsumen tentang kinerja jasa yang seharusnya diterima (*expected service*). Dari dua pengertian di atas, ekspektasi dapat dikelompokkan dalam dua tingkat ekspektasi yaitu *desired service* dan *adequate service* (Parasuraman et. al, 1993 : 5). *Desired service* adalah pelayanan yang seharusnya diterima konsumen, sedangkan *adequate service* adalah pelayanan minimum yang mau diterima konsumen.

2.6 Persepsi Konsumen

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 1994 : 57). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang

baik bukan menurut persepsi penyedia jasa tapi menurut konsumennya. Konsumenlah yang menikmati jasa karena itu merekalah yang seharusnya menentukan kualitasnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, dan penciuman (Thoha, 1996 : 57). Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

Faktor lain yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang adalah faktor-faktor psikologi, famili, dan kebudayaan (Thoha, 1996 : 128). Persepsi seseorang mengenai suatu dunia ini sangat dipengaruhi keadaan psikologisnya. Kebudayaan dan lingkungan masyarakat juga merupakan salah satu faktor yang kuat yang mempengaruhi sikap, nilai dan cara seseorang memahami dan memandang keadaan dunia ini.

2.7 Pengertian Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang diberi kepercayaan oleh masyarakat untuk menyimpan uang dengan aman dan terjamin keselamatannya. Dalam Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 disebutkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Menurut Mubyarto dan Edi Suandi Hamid, menyatakan pengertian BPR adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Bank Perkreditan Rakyat melakukan usahanya antara lain sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit.
3. Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah.
4. Menyertakan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI).

Adapun kegiatan-kegiatan yang tidak boleh dilakukan oleh BPR adalah :

1. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
2. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing.
3. Melakukan usaha penyertaan modal.
4. Melakukan usaha perasuransian.

2.8 Pengertian Kredit

Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu mendengarkan perbincangan orang tentang masalah perkreditan, apakah ia seorang pengusaha besar, konglomerat sampai dengan pengusaha kecil dan golongan ekonomi lemah yang sangat membutuhkan kredit untuk menambah modal usaha mereka. Sedangkan

istilah kredit itu sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Yunani yaitu *credere* yang berarti kepercayaan atau *credo* yang berarti saya percaya.

1. Jaminan kredit

Dalam praktek perbankan penilaian terhadap nilai jaminan harus diarahkan untuk dapat memprediksi resiko dari pemberian kredit.

Kredit menurut jaminannya dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Kredit tanpa jaminan kredit (Unsecured Loans)
- b. Kredit dengan jaminan (Secured Loans)

2. Jangka Waktu Kredit

Adapun jenis kredit menurut jangka waktunya ada tiga, yaitu :

- a. Kredit jangka pendek

Kredit yang berjangka waktu selama-lamanya satu tahun.

- b. Kredit jangka menengah

Yaitu kredit yang berjangka waktu antara satu tahun sampai tiga tahun.

- c. Kredit jangka panjang

Yaitu kredit yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun.

Biasanya bank dalam menilai calon nasabah menggunakan metode yang disebut formula 5 C (*The five C's Principle Credit Analysis*) → (Iswardono, 1989, 49) yang meliputi :

1. Character (watak atau kepribadian).
2. Capacity (kemampuan).
3. Capital (modal)
4. Condition (kondisi).

5. Collateral (jaminan)

Dalam hal-hal tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pemberian kredit terdapat unsur-unsur yaitu :

1. Kepercayaan.
2. Waktu.
3. *Degree of Risk*
4. Prestasi yang diberikan

2.9. Tujuan dan Fungsi Kredit

Tujuan pemberian kredit pada hakekatnya untuk memperlancar jalannya usaha atau operasi perusahaan baik di sektor perdagangan, industri, jasa ataupun sektor lainnya. Adapun fungsi kredit dalam garis besarnya adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan daya guna barang atau uang.
- b. Meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.
- c. Merupakan salah satu alat stabilitas ekonomi.
- d. Dapat menimbulkan kegairahan berusaha masyarakat.
- e. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.
- f.

2.10. Bank Perkreditan Rakyat Peranannya Sebagai Lembaga Keuangan Bank.

Dalam Undang-Undang nomor 7/1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka

meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam pasal 5 Undang-Undang dimaksud menurut jenisnya bank terdiri dari :

- a. Bank Umum, adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Bank Perkreditan Rakyat, adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan atau bentuk lainnya yang disamakan dengan itu.

Menurut pasal 21 UU Nomor 71 1992 bentuk hokum Bank Perkreditan Rakyat dapat berupa salah satu dari :

1. Perusahaan Daerah (PD)
2. Koperasi
3. Perseroan Terbatas
4. Bentuk lainnya yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah

2.11. Hipotesis

1. Nasabah Debitur pada PD. BPR/BKK Pekuncen memiliki tingkat kepuasan sedang.
2. Bahwa variabel Responsivenes merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah debitur pada PD. BPR - BKK Pekuncen.

BAB III

Metode Penelitian

3.1. Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1. Latar Belakang Berdirinya PD. BPR - BKK Pekuncen

PD. BPR - BKK PEKUNCEN didirikan berdasarkan instruksi Presiden, yaitu agar bank menjadi penggerak pembangunan dan menumbuhkan perekonomian pedesaan sehingga meningkatkan pemerataan pembangunan, disamping itu juga dengan adanya Pakto 1988 dimana sektor perekonomian pedesaan masih belum cukup banyak terjamah oleh Produk Perbankan Swasta Nasional. Hal ini menimbulkan dampak positif dari pengalihan saham dari koperasi-koperasi yang hasilnya kurang menggembirakan, untuk itu Bank Indonesia menerapkan kepeduliannya terhadap lingkungan masyarakat bangsa dan negara. Serta dilatarbelakangi oleh penyelenggaraan sarana produksi dalam rangka pembangunan ekonomi di pedesaan dan mendekatkan permodalan golongan ekonomi lemah, mengarahkan pengusaha ekonomi lemah dalam rangka menggunakan modal yang tidak mencekik, bunga tinggi, pengijon, sehingga bisa menikmati fasilitas kredit dari BKK dengan cara yang mudah, murah dan mengarah.

Berdirinya PD. BPR - BKK PEKUNCEN pada kurun waktu 1975 sampai dengan 1990 berdasarkan Perda 11 tahun 1981, tentang Badan Kredit Kecamatan di Jawa Tengah., juga pada kurun waktu 1991 sampai dengan sekarang berdiri dan beroperasi berdasarkan Surat Ijin Usaha dari Menteri Keuangan RI No. 473/KM.13/91 pada tanggal 08 Oktober 1991 berbentuk

badan Hukum Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Badan Kredit Kecamatan
(PD. BPR - BKK Pekuncen)

Tujuan didirikan PD. BPR - BKK Pekuncen yaitu :

1. Meningkatkan pembinaan terhadap kehidupan dan pengembangan usaha KUD melalui kerjasama usaha, permodalan dan manajemen sehingga terlaksana transfer pengetahuan dan kemampuan BPR kepada personil KUD.
2. Meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota KUD khususnya, serta masyarakat pada umumnya dengan memanfaatkan jasa-jasa perbankan.
3. Menunjang pertumbuhan dan modernisasi ekonomi pedesaan serta mengurangi praktek-praktek dari para pelepas uang.

3.1.2. Struktur Organisasi PD. BPR - BKK Pekuncen

Struktur organisasi merupakan mekanisme resmi atau formal dalam mengelola organisasi untuk mencapai tujuan dan dibentuk untuk merealisasikan tujuan yang ditetapkan dalam rencana. Dalam struktur organisasi terdapat fungsi dan wewenang yang satu sama lain saling berhubungan, baik itu kegiatannya maupun antar karyawan.

PD. BPR - BKK Pekuncen menggunakan sistem organisasi garis dan staf, karena terdapat ciri-ciri sebagai berikut :

1. Bentuk sederhana dan mudah dilaksanakan
2. Adanya pembagian tanggung jawab dan kekuasaan yang jelas
3. Adanya kekuasaan dan tanggung jawab yang mengalir dalam garis lurus.

Organisasi ini mempunyai kebaikan dan keburukan antara lain :

1. Kebaikan

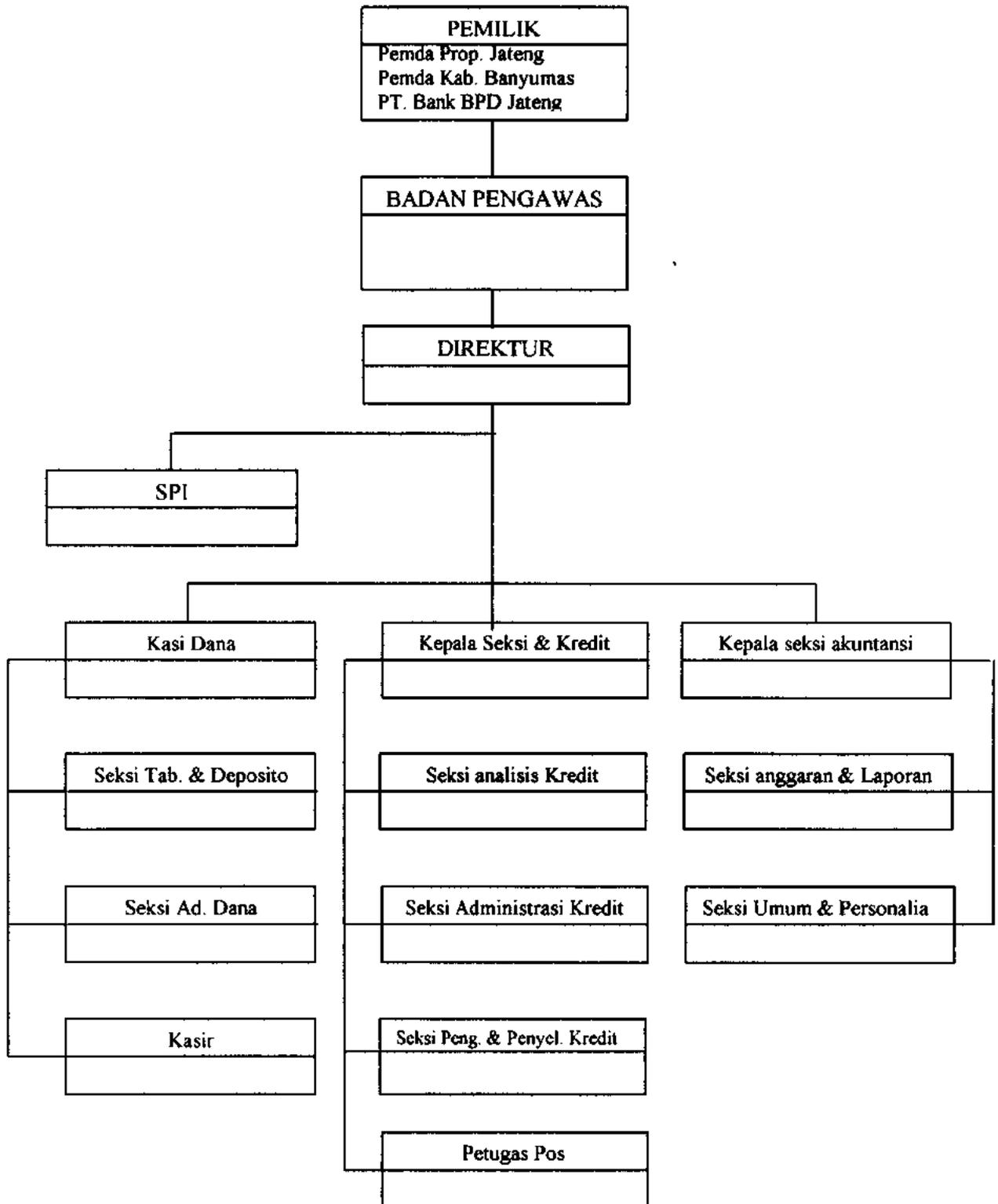
- a. Pengambilan keputusan dapat lebih mudah karena adanya staf ahli.
- b. Perwujudan "*The Right Man on The Right Place*" dapat dilaksanakan, artinya peran tersebut ditempatkan pada bidang yang semestinya.
- c. Dapat digunakan untuk unit organisasi yang besar.
- d. Pimpinan lebih leluasa dalam memberikan saran terhadap tugas khusus diluar bagiannya.
- e. Adanya kesatuan dalam pimpinan sehingga menciptakan aliran kekuasaan yang jelas.
- f. Staf dapat membantu mengatasi berbagai persoalan sehingga akan meringankan pekerjaan dan meningkatkan kualitas kerja.

2. Keburukan

- a. Koordinasi kadang-kadang sulit diterapkan.
- b. Kadang-kadang staf ahli memberi saran tetapi dianggap perintah sehingga menimbulkan pertentangan dengan bagian yang bersangkutan.
- c. Staf ahli dapat disalahkan bila saran yang diberikan tidak memperoleh hasil.
- d. Dapat menimbulkan anggapan untuk lebih percaya kepada staf ahli daripada kepada atasannya.
- e. Karyawan tidak saling mengenal karena besarnya organisasi sehingga solidaritas kurang.

Untuk mengetahui struktur organisasi PD. BPR - BKK Pekuncen dapat dilihat pada gambar berikut ini .

Struktur Organisasi PD. BPR - BKK PEKUNCEN



Gambar 3.1. Sumber PD. BPR-BKK Pekuncen

3.1.3. Lingkup dan Tanggung Jawab

1. Dewan Pengawas

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Menyusun tata cara pengawasan dan pengelolaan PD. BPR - BKK Pekuncen
- b. Melakukan pengawasan, meminta keterangan kepada Direksi dan mengadakan penilaian atas hal-hal yang berhubungan dengan pengurusan dan pengelolaan PD. BPR - BKK Pekuncen.
- c. Mengusulkan Rencana kerja Anggaran Pendapatan dan Belanja PD. BPR - BKK Pekuncen paling lambat dua bulan sebelum tutup buku dan selambat-lambatnya satu bulan sebelum tahun buku berikutnya, kepada Bupati atas nama Gubernur untuk mendapat pengesahannya.
- d. Memberikan rekomendasi untuk mendapat persetujuan pemilik dalam hal Direksi PD. BPR - BKK Pekuncen melakukan pembelian, menjual, membebaskan dan atau bergerak atau tidak bergerak.
- e. Dalam hal Direksi PD. BPR - BKK Pekuncen menyimpang dari perencanaan program kerja dan anggaran harus dimintakan persetujuan terlebih dahulu kepada Dewan Pengawas untuk diteruskan kepada Bupati atas nama Gubernur untuk mendapat pengesahannya.
- f. Membuat laporan hasil pengawasan dan perkembangan PD. BPR - BKK Pekuncen sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Menyetujui plafon Kredit sesuai dengan batas kewenangan yang berlaku.

- h. Tugas-tugas lain yang ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Dewan Direksi

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mengelola dan memimpin perjalanan operasional PD. BPR - BKK Pekuncen.
- b. Menetapkan Organisasi dan tata kerja PD. BPR - BKK Pekuncen.
- c. Mengusulkan dan melaksanakan Rencana kerja, Rencana Anggaran Pendapatan dan belanja yang telah disahkan beserta perubahan setiap tahun.
- d. Menetapkan, Pejabat Struktural Organisasi atas persetujuan Bupati.
- e. Merencanakan, mem[ersiapkan dan melaksanakan RUPS setiap tahun.
- f. Menusun, menetapkan dan megevaluasi rencana tahunan dan jangka panjang.
- g. Menciptakan suasana kerja yang harmonis melalui keseimbangan factor-faktor produksi.
- h. Menetapkan kebijaksanaan operasioanal PD. BPR - BKK Pekuncen berdasarkan kebijaksanaan umum.
- i. Melaporkan kepada Dewan Pengawas untuk mendapat persetujuan dalam mengambil tindakan bila terjadi penyimpangan-penyimpangan atas wewenang diluar perencanaan yang telah ditetapkan.

3. Seksi Pengawas Intern

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan pengawasan atas pelaksanaan anggaran Pendapatan dan Belanja PD. BPR - BKK Pekuncen, penyelenggaraan tata kerja dan prosedur dari unit-unit Organisasi di kantor pusat maupun cabang / Unit pelayanan menurut ketentuan yang berlaku serta pengawasan keamanan dan ketertiban PD. BPR - BKK Pekuncen.
- b. Mengawasi dan memberikan penilaian terhadap kegiatan operasional PD. BPR - BKK Pekuncen secara berkala.
- c. Melakukan supervisi atas agunan dan pengelolaan penggunaan dana seluruh kekayaan milik PD. BPR - BKK Pekuncen.
- d. Mengadakan supervise atas agunan dan lain-lain jaminan yang diterima PD. BPR - BKK Pekuncen.
- e. Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah-langkah dan atau tindakan-tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.

4. Kepala Seksi Kredit

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan koordinasi, pengawasan dan pengarahan terhadap kegiatan dan pelaksanaannya serta pelaksanaan tugas di bagian bawahnya.
- b. Memberikan penjelasan tentang syarat-syarat dan prosedur kredit kepada calon nasabah.
- c. Melakukan penelitian syarat-syarat serta mengadakan analisa kredit.
- d. Memberikan putusan kredit sebagaimana yang ditentukan oleh Direksi.

- e. Mengusulkan kepada Direksi terhadap permohonan kredit atas kewenangannya.
- f. Melakukan administrasi kredit, mempersiapkan dan meneliti perjanjian kredit.
- g. Bertanggung jawab atas penyimpangan dan pemeliharaan dokumen-dokumen penting yang berkenaan dengan tugasnya.
- h. Melakukan perencanaan kredit.
- i. Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah-langkah dan atau tindakan-tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.

5. Analisis Kredit

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Memproses permohonan kredit,
- b. Melaksanakan on the spot pada lokasi usaha nasabah.
- c. Malaksanakan analisa kelayakan usaha nasabah.
- d. Membuat persetujuan kredit.

6. Administrasi Kredit

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan administrasi kredit, meneliti dan mengagendakan berkas-berkas kredit.
- b. Membuat laporan yang berkaitan dengan kredit.
- c. Melakukan penyimpanan dan pemeliharaan dokumen kredit.
- d. Memberikan penjelasan mengenai prosedur kredit pada nasabah.

7. Pembina dan pengawas Kredit

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melaksanakan pembinaan dan pengawasan kredit.
- b. Membuat program penanganan tunggakan kredit.
- c. Melakukan perbaikan dan penyelamatan kredit.
- d. Melakukan perhitungan PPAP dan membuat laporan kolektibilitas.

8. Petugas Pos Pelayanan

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan pembinaan dan penagihan.
- b. Menjaga dan memelihara keberadaan pos pelayanan.
- c. Melakukan pengecekan bukti transaksi dan melapor kepada kasir.

9. Kepala Seksi Dana

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan koordinasi, pengawasan dan pengarahan pelaksanaan tugas bagian di bawahnya.
- b. Melakukan pengembangan dana.
- c. Melakukan administrasi dana masuk maupun dana keluar.
- d. Meneliti dan menandatangani voucher laporan mutasi dana.
- e. Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah-langkah dan atau tindakan-tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- f. Mencari nasabah dan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan maupun deposito.

10. Administrasi Dana

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Mengerjakan nominative tabungan.
- b. Membuat nota pemindah bukuan atas bunga tabungan.
- c. Melakukan perhitungan bunga tabungan dan deposito.
- d. Mengerjakan rekapitulasi harian tabungan.
- e. Melakukan pembuatan buku tabungan dan atau sertifikat deposito.

11. Kasir

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan pencatatan keluar dan pemasukan uang.
- b. Melakukan penelitian kebenaran kas harian.
- c. Melakukan penyediaan pengeluaran cheque untuk direksi.
- d. Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah-langkah dan atau tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.

12. Kepala Seksi Akuntansi

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan koordinasi, pengawasan dan mengarahkan terhadap kegiatan dan pelaksanaan tugas bagian di bawahnya.
- b. Melakukan pembukuan dari laporan setiap bagian.
- c. Melakukan evaluasi dari laporan setiap bagian.
- d. Membuat laporan pembukuan
- e. Memberikan saran dan pertimbangan tentang langkah-langkah dan atau tindakan-tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.

13. Seksi Umum dan Personalia

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan koordinasi mengenai kebutuhan pegawai, dan barang-barang kebutuhan kantor.
- b. Melaksanakan pencatatan / menginventarisir barang-barang inventaris.
- c. Menyusun dan mengusulkan berkas-berkas kepegawaian.
- d. Mengagendakan dan menyimpan surat masuk dan surat keluar.
- e. Melayani kebutuhan masing-masing bagian tentang barang-barang cetakan dan peralatan kantor.
- f. Mengadakan hubungan kepada masyarakat dan unit kerja / instansi lainnya.

14. Seksi Anggaran dan Pelaporan.

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Membuat dan menyusun Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja setiap semester dan setiap tahun.
- b. Mengerjakan rekapitulasi, neraca dan laba-rugi harian.
- c. Membuat laporan-laporan.
- d. Mengerjakan arsip-arsip dan data-data keuangan.
- e. Mengerjakan jurnal kas dan non kas.

15. Seksi Keamanan / SATPAM

Tugas dan tanggung jawab :

- a. Melakukan secara sungguh-sungguh dan bertanggung jawab, penjagaan kondisi kantor PD. BPR - BKK Pekuncen, aman, nyaman, indah, dan selamat.
- b. Mengerjakan pengontrolan buku absent karyawan setiap hari kerja.
- c. Menerima informasi intern dan ekstern kantor PD. BPR - BKK Pekuncen, dan melaporkannya kepada Direktur secara lisan dan tertulis.
- d. Mengerjakan buku jaga secara rutin dan benar, bisa dipertanggung jawabkan serta melaporkannya kepada Direktur PD. BPR - BKK Pekuncen.
- e. Mengerjakan kebersihan baik bagian luar maupun dalam kantor.
- f. Mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Kantor PD. BPR - BKK Pekuncen dan atau instansi lainnya yang terkait, baik bersifat formal maupun informal.
- g. Siap membantu melakukan pekerjaan, urusan pekerjaan kantor disemua bagian yang memerlukan dan dipandang mampu melakukannya.

3.1.4. Personalia PD. BPR - BKK Pekuncen

PD. BPR - BKK Pekuncen dalam menjalankan operasinya didukung oleh personalia yang handal dan bisa membawa atau mengembangkan PD.

BPR - BKK Pekuncen sesuai dengan tujuan yang sudah ada. Adapun personalia yang ada di PD. BPR - BKK Pekuncen adalah :

- Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh PD. BPR - BKK Pekuncen adalah sebanyak 11 orang dengan tingkat pendidikan :

- SMP / sederajat : 1 orang

- SMA / sederajat : 7 orang

- Sarjana : 3 orang

- PD. BPR - BKK Pekuncen dalam menjalankan operasinya dimulai dari hari Senin sampai dengan hari Sabtu (6 hari kerja) dengan ketentuan jam kerja sebagai berikut :

- Senin – Kamis : - 08.00 WIB – 12.00 WIB

- Istirahat 12.00 WIB – 13.00 WIB

- 13.00 WIB – 16.00 WIB

- Jum'at : - 08.00 WIB – 12.00 WIB

- Istirahat 11.00 WIB – 13.00 WIB

- 13.00 WIB – 16.00 WIB

- Sabtu : - 08.00 WIB – 14.00 WIB

3.1.5. Pemasaran PD. BPR - BKK Pekuncen

PD. BPR - BKK Pekuncen dalam usaha pemasaran tentang produk-produk yang ditawarkan sudah cukup bagus. Dan hal ini terbukti pada PD. BPR - BKK Pekuncen memiliki wilayah pemasaran yang cukup luas yaitu :

- | | | |
|----------------------|--------------------|-----------------|
| 1. Desa Banjar Anyar | 7. Karang Klesem | 13. Smedo |
| 2. Pekuncen | 8. Pasiraman Lor | 14. Petahunan |
| 3. Karang Kemiri | 9. Pasiraman Kidul | 15. Cikembulan |
| 4. Kranggan | 10. Glempang | 16. Candinegara |
| 5. Krajan | 11. Cikawung | |
| 6. Tumiyang | 12. Cibangkong | |

Dan jika ada konsumen yang berada diluar daerah pemasaran yang ada di atas mau bergabung maka akan diperbolehkan jika telah memenuhi syarat-syarat yang sudah ditentukan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PD. BPR - BKK Pekuncen dalam mempromosikan produk-produk yang ditawarkan adalah dengan jalan pemberian panflet / selebaran yang diberikan pada saat bersamaan dengan penagihan pada nasabah atau yang sudah tersedia di kantor PD. BPR - BKK Pekuncen. Dan selain kegiatan ini, PD. BPR - BKK Pekuncen juga melakukan penyuluhan-penyuluhan di Desa-desa yang berguna untuk memperkenalkan dan menawarkan produk-produk PD. BPR - BKK Pekuncen.

3.1.6. Produk yang ditawarkan PD. BPR - BKK Pekuncen

PD. BPR - BKK Pekuncen dalam operasinya mempunyai dua tugas pokok, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan melepaskan kembali dana tersebut kepada masyarakat melalui kredit, guna pembiayaan sektor-sektor ekonomi yang produktif. Produk jasa yang dihasilkan oleh PD. BPR - BKK Pekuncen adalah sebagai berikut :

a. Penghimpun atau Penarikan Dana

Untuk menunjang kegiatan operasional sehari-hari, PD. BPR - BKK Pekuncen berusaha menghimpun dana dari berbagai sumber, terutama dari masyarakat umum. Dana yang terhimpun tersebut selanjutnya diputar kembali untuk dipergunakan oleh masyarakat yang membutuhkan. Termasuk dalam penghimpunan atau penarikan dana yaitu :

1. DEPOSITO

- Deposito BPR - BKK

Deposito yang segmen pasarnya adalah Ibu Rumah tangga, Pegawai Negeri, dan Karyawan swasta.

- Deposito Bunga Dimuka

Deposito yang segmen pasarnya adalah Profesional, Pengusaha/Pedagang, Petani/Nelayan, dan Organisasi.

- Deposito Peduli

Deposito yang segmen pasarnya cenderung pada Pengusaha/Pedagang, atau Petani/Nelayan.

2. TABUNGAN

Tabungan yang ada pada PD. BPR - BKK Pekuncen meliputi :

- Tabungan Masyarakat Desai (Tamades)

Tabungan yang dikhususkan untuk perorangan dengan target pasar Anak Sekolah, Pegawai Negeri, Karyawan Swasta, Petani, dan Pedagang.

- Tabungan Kotak

Merupakan tabungan yang berupa pengumpulan pada kotak dan mendapat layanan jemput dari bank untuk penyetoran tabungan, dimana terget pasarnya adalah Anak Sekolah, Ibu Rumah Tangga, dan Pedagang Kelontong.

- Tabungan Paket

Merupakan tabungan dalam bentuk paket sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti paket lebaran, paket hari raya korban, paket sekolah, dan lain-lain.

- Tabungan Unggul

Merupakan jenis tabungan yang memberikan *service* pelayanan lebih dibandingkan dengan jenis tabungan yang lain seperti : dapat digunakan untuk debet angsuran kredit, dapat digunakan untuk membayar rekening telepon dan listrik secara gratis, serta memberikan bunga yang lebih besar dari tabungan lain yang hampir sama dengan bunga deposito.

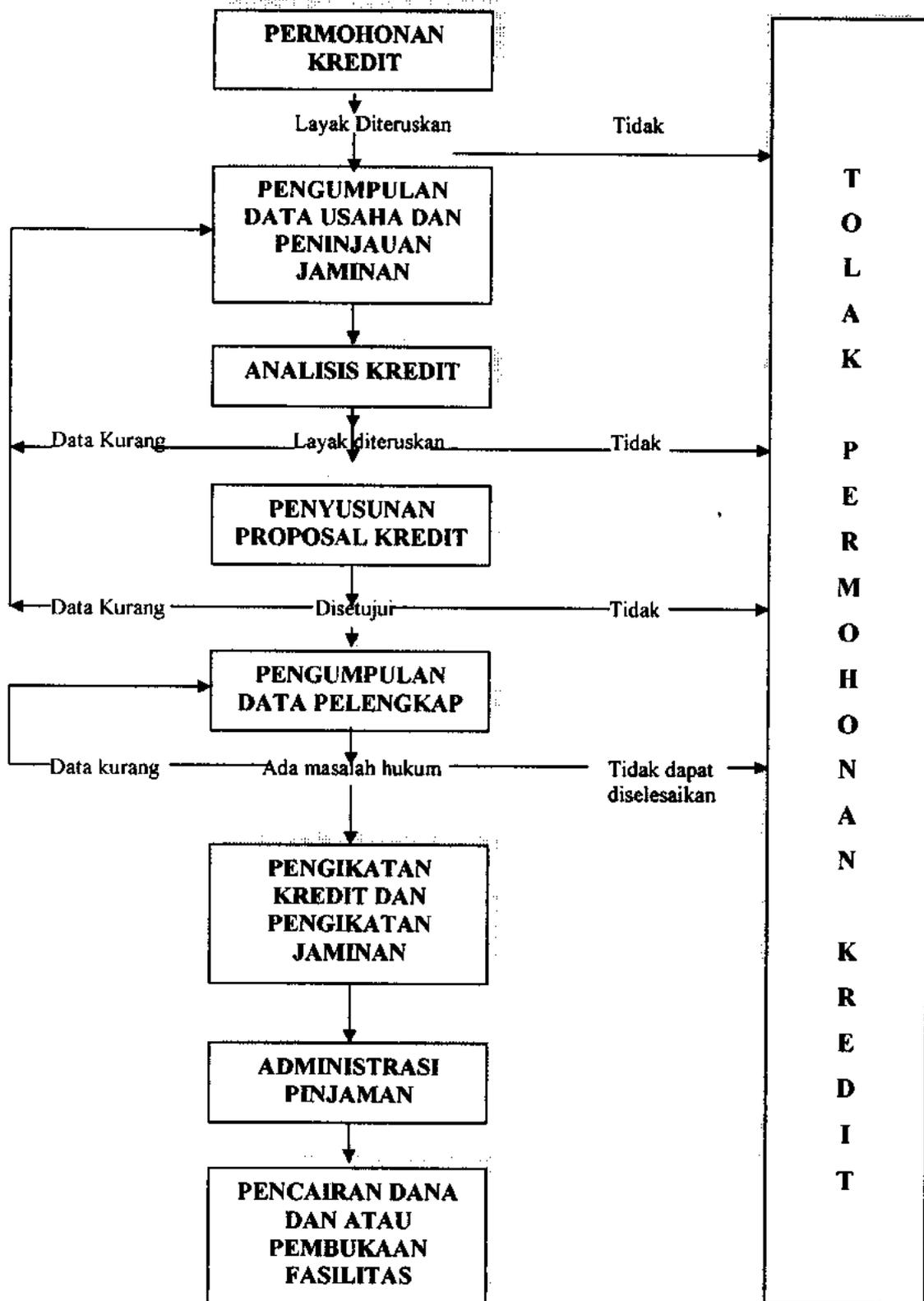
b. Penggunaan dan Penyaluran Dana

Sebagai lembaga yang bertugas menerima dan menyalurkan dana, PD. BPR - BKK Pekuncen berusaha mengarahkan dana yang ada. Dana tersebut kemudian disalurkan kepada masyarakat melalui pemberian kredit, dan bank akan memperoleh keuntungan yang berupa bunga.

3.1.7. Proses atau Prosedur Permohonan Kredit

1. Calon nasabah (pemohon kredit) membuat surat permohonan kredit dan diserahkan pada petugas bagian kredit dengan disertai syarat lain seperti : KTP, Kartu Keluarga, Sertifikat, BPKB, SPPT/Bukti Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan.
2. Dari bagian kredit diajukan ke pimpinan, lalu pimpinan disposisi guna diteliti oleh kepala bagian kredit, setelah diteliti diteruskan ke seksi analisis untuk diteliti.
3. Seksi analisis minta informasi ke bank lain atau pihak ketiga mengenai baik tidaknya calon nasabah. Kemudian analisis mengadakan peninjauan ke lokasi usaha, dari hasil peninjauan seksi analisis membuat laporan ke bagian kredit dan diteruskan ke pimpinan.
4. Setelah kredit disetujui pimpinan, nasabah dipanggil untuk menandatangani perjanjian kredit dan pengikat jaminan dan kemudian kepala bagian kredit menugaskan bagian kas untuk membuka rekening atas nama nasabah tersebut.
5. Dengan rekening itu maka jasa dan kredit bank telah dapat diterima nasabah untuk dapat digunakan sesuai rencananya. Dengan memperhatikan proses perubahan dana masyarakat menjadi dana kredit Bank, maka proses produksi jasa dan kredit bank tersebut adalah sederhana, sehingga dapat menjamin kelancaran pelaksanaan aktivitas bank dan melayani kebutuhan masyarakat akan jasa atau kredit.

Proses atau Prosedur Permohonan Kredit



Gambar 3.2. Sumber PD. BPR - BKK Pekuncen

3.2. METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

3.2.1. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kasus di PD. BPR BKK PEKUNCEN

2. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di PD. BPR BKK di Pekuncen Kabupaten Banyumas.

3. Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah nasabah debitur (nasabah yang mengambil kredit) pada PD. BPR BKK di Pekuncen.

4. Data yang diperlukan

- a. Data hasil jawaban responden
- b. Data jumlah nasabah keseluruhan
- c. Data lain yang mendukung penelitian

5. Sumber data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari obyek penelitian

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi pustaka maupun sumber-sumber bacaan lain yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

6. Metode pengumpulan data

- a. Wawancara dengan pihak manajemen PD. BPR BKK Pekuncen

- b. Pembagian kuesioner kepada responden.
 - c. Teknik kepustakaan, dengan membaca buku-buku dan laporan-laporan yang ada pada PD. BPR BKK Pekuncen.
7. Metode pengumpulan sample
- a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi di dalam penelitian ini adalah sejumlah responden (nasabah) yang menabung dan yang menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh pihak PD. BPR/BKK Pekuncen.
 - b. Sample

Sample adalah bagian deari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari anggota populasi.

Penentuan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan metode *Stratified Random Sampling* dimana teknik ini mengelompokkan populasi yang heterogen menurut suatu karakteristik tertentu ke dalam beberapa sub populasi yang memiliki anggota sampel yang relatif homogen (Husein Umar, 1999). Metode *Stratified Random Sampling* digunakan dalam penelitian ini karena obyek yang diteliti bersifat heterogen yaitu terdiri dari nasabah debitur yang bekerja pada sektor pertanian / peternakan, perdagangan, pegawai / pensiunan, dan wiraswasta.

Jumlah keseluruhan nasabah 2385 orang, sedangkan nasabah debitur adalah 73% dari jumlah tersebut maka populasi yang ada sebanyak 73% dari 2385 nasabah atau 1730 orang nasabah.

Dari jumlah populasi tersebut maka diambil sampel, dengan menggunakan pendapat Slovin (Husein Umar, 2000 : 146) adalah sebagai berikut :

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

di mana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, dalam hal ini penulis mengambil persen kelonggaran sebesar 10%, maka

$$n = \frac{1730}{1 + 1730 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{1730}{1 + 1730 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1730}{1 + 17,3}$$

$$n = \frac{1730}{18,3}$$

$$n = 94,535519$$

Dari hasil perhitungan diatas maka didapatkan hasil jumlah sampel yang akan diambil adalah 94,535519 namun karena untuk membulatkan dan mengambil titik aman maka penulis menentukan untuk mengambil sampel sebanyak 105 orang.

3.2.2. Metode Analisis

3.2.2.1. Definisi Operasional

a. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1996)

b. Nasabah Debitur

Nasabah Debitur adalah nasabah yang melakukan transaksi kredit dengan pihak bank atau nasabah yang meminjam uang dari bank

c. *Tangibles*

Adalah pernyataan tentang fasilitas fisik, *equipment*, dan penampilan personalia.

d. *Reliability*

Adalah pernyataan tentang memenuhi janji dan kehandalan pelayanan yang dilakukan.

e. *Assurance*

Adalah pernyataan tentang kesopanan, pengetahuan dan kemampuan segenap karyawan yang menimbulkan keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen.

f. *Responsiveness*

Adalah pernyataan tentang kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tepat.

g. *Emphaty*

Adalah pernyataan tentang kepedulian dan perhatian kepada konsumen secara individual.

3.2.2.2. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pada umumnya uji validitas digolongkan dalam tiga kelompok yaitu *content validity*, *criterion-related validity* dan *construct validity*. Dalam penelitian ini untuk menguji tingkat validitas kuisioner melalui *construct validity* dimana *construct validity* adalah dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi produk moment (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995 : 37).

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

Rxy = Koefisien korelasi produk moment

X = Skor total dari setiap item

Y = Skor / nilai dari setiap item

N = Banyaknya jumlah responden

Kriteria :

Dengan derajat kebebasan Dk = n - 1 dan $\alpha = 0,05$

1. Jika R hitung > R table, pernyataan dinyatakan valid
2. Jika R hitung \leq R table, pernyataan dinyatakan tidak valid

Pernyataan yang tidak valid di drop dan hanya pernyataan yang dinyatakan valid yang digunakan untuk alat analisis berikutnya.

3.2.2.3. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach (Hussein Umar, 2000, 207) yang rumusnya sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \delta b^2$ = jumlah varians butir

δt^2 = varians total

Kriteria :

Dengan taraf signifikansi (α) = 5 % dan N = 30

3.2.2.4. Importance – Performance Analysis

Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan kepada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Ini berarti perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal – hal yang memang dianggap penting oleh pelanggan.

Dalam hal ini digunakan skala 5 tingkat (Likert) yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting.

Kelima penilaian tersebut :

1. Jawaban “Sangat penting” diberi bobot “5”
2. Jawaban “Penting” diberi bobot “4”
3. Jawaban “Cukup penting” diberi bobot “3”
4. Jawaban “Kurang penting” diberi bobot “2”
5. Jawaban “Tidak penting” diberi bobot “1”

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut :

1. Jawaban “Sangat setuju” diberi bobot “5”.
2. Jawaban “Setuju” diberi bobot “4”.

3. Jawaban “Netral” diberi bobot “3”.
4. Jawaban “Tidak setuju” diberi bobot “2”.
5. Jawaban “Sangat tidak setuju”, diberi bobot “1”.

Berdasarkan hasil penilaian untuk kepentingan dan penilaian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh PD. BPR BKK di Pekuncen.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas kepentingan faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tahap – tahap Importance – performance Analysis adalah sebagai berikut :

- a. Membuat diagram Kartesius

Sumbu mendatar (X) diisi oleh skor rata-rata tingkat pelaksanaan (J.Supranto, 1997 : 24)

Rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan

X_i = Skor penilaian kinerja

n = Jumlah responden

Sumbu tegak (Y) diisi oleh skor rata-rata tingkat kepentingan (J. Supranto, 1999 : 241)

Rumus :

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

Y_i = Skor penilaian kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) . \bar{X} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan seluruh dimensi (J. Supranto, 1999 : 24).

Rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan seluruh dimensi

\bar{X}_i = Rata-rata tingkat pelaksanaan

K = Banyaknya dimensi

n = Jumlah dimensi

\bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata tingkat skor kepentingan seluruh dimensi

(J. Supranto, 1999 : 242)

Rumus :

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh dimensi

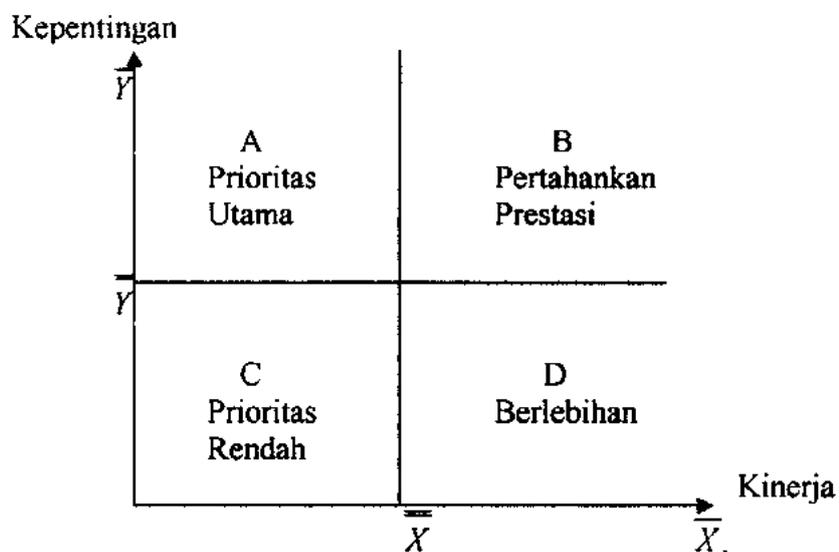
\bar{Y}_i = Rata-rata skor tingkat kepentingan

K = Banyaknya dimensi

n = Jumlah dimensi

- b. Menjabarkan tingkat pelaksanaan dan masing-masing dimensi ke dalam diagram kartesius.

Diagram Kartesius



Sumber : J. Supranto, 1997 hal. 242

Gambar 3.3. Diagram Kartesius untuk Pengambilan Kebijakan

Keterangan :

Apabila dimensi terletak pada :

1. Kuadran A menunjukkan dimensi pelayanan yang perlu diprioritaskan pelayanannya karena dianggap sangat penting oleh konsumen tetapi perusahaan belum memberikan pelayanan seperti yang diharapkan konsumen.
2. Kuadran B menunjukkan dimensi pelayanan yang perlu dipertahankan kualitas pelayanannya karena dianggap sangat penting oleh konsumen dan perusahaan telah memberikan pelayanan seperti yang diharapkan konsumen.
3. Kuadran C menunjukkan dimensi pelayanan yang prioritasnya rendah saja karena kurang penting oleh konsumen dan perusahaan telah memberikan pelayanan seperti yang diharapkan konsumen.
4. Kuadran D menunjukkan dimensi pelayanan yang perlu dikurangi kualitas pelayanannya karena kurang penting bagi konsumen tetapi pelayanan perusahaan berlebihan melebihi harapan konsumen