

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Salah satu keberhasilan suatu penelitian adalah menentukan cara-cara penelitian yang sesuai untuk memecahkan masalah penelitian. Karena itu dalam bagian ini akan dibahas tentang cara-cara tersebut, yaitu :

3.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini yaitu di Bank Negara Indonesia 46 cabang Perintis Kemerdekaan Bandung yang berlokasi di jalan Perintis Kemerdekaan No. 3 Bandung.

3.2 Profil Perusahaan

3.2.1 Transformasi BNI

Sejarah pendirian BNI erat hubungannya dengan sejarah perjuangan bangsa Indonesia. BNI didirikan pada 5 Juli 1946 berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 dengan nama Bank Negara Indonesia yang berfungsi sebagai Bank Sentral. Dalam Konferensi Meja Bundar (KMB) antara pemerintah Indonesia-Belanda, di tahun 1950 BNI mulai diizinkan pemerintah untuk menjadi Bank Devisa.

Dengan dikeluarkan Keputusan Presiden No. 12 tahun 1965 tentang integrasi bank-bank pemerintah, BNI berubah menjadi Bank Negara unit III. Selanjutnya dengan Undang-Undang No. 18 tahun 1968, diubah menjadi Bank Negara Indonesia 1946 (BNI 1946) dengan tugas utama yang diarahkan kepada pembangunan ekonomi nasional dengan mengutamakan sektor industri.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 tahun 1992, nama BNI 1946 berubah menjadi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) seiring dengan perubahan bentuk hukum BNI 1946 menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Pada bulan November 1996 BNI mulai *go public* dengan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) dengan mengedarkan 25% sahamnya kepada publik di BEJ dan BES.

Disamping memiliki hubungan perkreditan yang cukup baik dengan nasabah-nasabah *wholesale* dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). BNI juga memberikan pelayanan perkreditan kepada usaha menengah, koperasi, dan berbagai nasabah lainnya. Selain usaha pokok perbankan, BNI juga menyediakan jasa keuangan lain melalui anak perusahaannya yang lain meliputi Bank Patungan (*joint venture*), Bank Perkreditan Rakyat, Perusahaan Sewa Guna Usaha, Perusahaan Efek dan Perusahaan Pembayaran (*multi finance*).

Untuk mengantisipasi perkembangan lingkungan usaha dan perubahan kebutuhan masyarakat atas pelayanan jasa keuangan, BNI senantiasa melakukan penyesuaian atas produk dan jasa yang ditawarkan untuk memberikan *value* yang lebih baik. Selama kurun waktu tersebut, BNI terus menerus melakukan langkah-langkah perbaikan, pembaharuan dan pengembangan di segala bidang sejalan dengan tuntutan dan perkembangan pasar serta para *stakeholdernya*. Sebagai bukti kepedulian terhadap berbagai tuntutan di atas, BNI telah memiliki sertifikat ISO 9002 di bidang pemrosesan kredit standar pada akhir 1998 dan sertifikat *y2k Compliance* dalam menghadapi masalah tahun 2000 (*y2k problem*) atau yang lebih dikenal dengan *millenium bug*.

Sejak dilakukannya pemetaan arah perjalanan yang baru di tahun 2004, BNI mengalami perubahan-perubahan besar, yang didorong oleh kesadaran akan jati diri, semangat serta harapan baru yang timbul di lingkungan BNI bersama belasan ribu orang karyawannya.

Proses transformasi yang tengah berlangsung di BNI menyentuh setiap relung kesadaran kolektif serta budaya perusahaan dan membawanya ke arah satu tujuan bersama. Melalui transformasi ini, BNI terus bergerak untuk menjadi sebuah anchor bank nasional yang merupakan kebanggaan bangsa - di jajaran terdepan industri perbankan dengan pemahaman intuitif akan kebutuhan pasar yang kompetitif dan dinamis. Sebuah semangat kebersamaan yang baru kini sangat terasa di antara sebagian besar dari 18.603 orang karyawan BNI. Setelah melalui restrukturisasi, revitalisasi dan reposisi, semangat baru tersebut secara kolektif mewakili komitmen BNI untuk merebut kembali status sebagai bank utama di negeri ini - sebagai *anchor bank* yang kokoh dan andal di jajaran terdepan industri perbankan, yang menjadi kebanggaan seluruh karyawan dan *stakeholder* lainnya.

Semangat yang lahir dari warisan sejarah yang kental dan membanggakan sepanjang lebih dari setengah abad sejak kemerdekaan Indonesia, terus tumbuh bersama arah dan tekad baru yang telah dicanangkan BNI ke masa mendatang. Dengan berbekal pengalaman, keterampilan, persepsi, inovasi dan sekaligus kecermatan dalam melangkah, BNI kini merupakan salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia.

3.2.2 Visi dan Misi BNI

Visi BNI

Menjadi Bank kebanggaan nasional yang unggul dalam layanan dan kinerja

Pernyataan Visi

Menjadi Bank kebanggaan nasional, yang menawarkan layanan terbaik dengan harga kompetitif kepada segmen pasar korporasi, komersial dan konsumen

Misi BNI

Memaksimalkan *stakeholder value* dengan menyediakan solusi keuangan yang fokus pada segmen pasar korporasi, komersial dan konsumen

Values

Kenyamanan dan Kepuasan

3.2.3 Identitas Baru BNI

Identitas baru BNI merupakan hasil desain ulang untuk menciptakan suatu identitas yang tampak lebih segar, lebih modern, dinamis, serta menggambarkan posisi dan arah organisasi yang baru. Identitas tersebut merupakan ekspresi *brand* baru yang tersusun dari simbol “46” dan kata “BNI” yang selanjutnya dikombinasikan dalam suatu bentuk logo baru BNI.

gambar 3.1

Logo Baru BNI



Huruf BNI

Huruf “BNI” dibuat dalam warna *turquoise* baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.

Huruf BNI

Huruf “BNI” dibuat dalam warna *turquoise* baru, untuk mencerminkan kekuatan, otoritas, kekokohan, keunikan dan citra yang lebih modern. Huruf tersebut dibuat secara khusus untuk menghasilkan struktur yang orisinal dan unik.

Simbol “46”

Angka 46 merupakan simbolisasi tanggal kelahiran BNI, sekaligus mencerminkan warisan sebagai bank pertama di Indonesia. Dalam logo ini, angka “46” diletakkan secara diagonal menembus kotak berwarna jingga untuk menggambarkan BNI baru yang modern.

Palet Warna

Palet warna korporat telah didesain ulang, namun tetap mempertahankan warna korporat yang lama, yakni *turquoise* dan jingga. Warna *turquoise* yang digunakan pada logo baru ini lebih gelap, kuat mencerminkan citra yang lebih stabil dan kokoh. Warna jingga yang baru lebih cerah dan kuat, mencerminkan citra lebih percaya diri dan segar.

Logo “46” dan “BNI” mencerminkan tampilan yang modern dan dinamis. Sedangkan penggunaan warna korporat baru memperkuat identitas tersebut. Hal ini akan membantu BNI melakukan diferensiasi di pasar perbankan melalui identitas yang unik, segar dan modern

Budaya Perusahaan

1. BNI adalah bank umum berstatus perusahaan publik
2. BNI berorientasi kepada pasar dan pembangunan nasional.
3. BNI secara terus menerus membina hubungan yang saling menguntungkan dengan nasabah dan mitra usaha.

4. BNI mengakui peranan dan menghargai kepentingan pegawai
5. BNI mengupayakan terciptanya semangat kebersamaan agar pegawai melaksanakan tugas dan kewajiban secara profesional

Budaya Kerja

5 Pilar Budaya Kerja

1. Perusahaan Publik
2. Berorientasi pada Pasar & Pemb. Nasional
3. Hubungan yang saling menguntungkan
4. Menghargai pegawai
5. Semangat kebersamaan

Code of Conduct

Pilar Bisnis Bank BNI:

- Sajikan Mutu
- Bekerja Profesional
- Bertekad Mewujudkan *Good Corporate Governance*
- Menjaga Semangat Kebersamaan
- Menghargai Peranan dan Prestasi Pegawai

Standar Etika Kerja:

- Menjaga nama baik Perusahaan
- Menjaga hubungan baik antar Pegawai
- Menjaga kerahasiaan Bank
- Menjaga & menggunakan asset perusahaan dengan benar
- Menjaga keamanan kerja dan kebersihan lingkungan
- Melakukan pencatatan data perusahaan & laporan dengan baik dan benar

- Menghindari terjadinya konflik kepentingan pribadi
- Menghindarkan diri dari penyuapan
- Tidak memanfaatkan posisi untuk kepentingan pribadi
- Tidak menerima imbalan dan cinderamata

3.2.4 Deskripsi Usaha

- **Bisnis Korporasi**

Berbekal pengalaman lebih dari setengah abad mendukung perkembangan sektor riil, bisnis korporasi tetap mampu melakukan ekspansi kredit di tengah iklim investasi yang belum sepenuhnya pulih dari krisis moneter, meskipun strategi yang diterapkan lebih bersifat defensif.

Kredit korporasi mengalami kenaikan dari Rp 17,6 triliun pada akhir tahun 2002 menjadi Rp 18,6 triliun pada akhir tahun 2003. Kenaikan yang relatif kecil ini dilatarbelakangi oleh pendekatan Bank BNI yang semakin hati-hati dalam penyaluran kredit.

- **Bisnis Konsumer**

Peningkatan kualitas layanan mendapatkan prioritas tinggi, karena bisnis konsumer memberikan kontribusi laba terbesar selama tahun 2003.

Disamping itu, nasabah bisnis konsumer memiliki karakteristik yang berbeda dengan nasabah bisnis komersial.

Aspek kenyamanan, kemudahan, keramahan, kecepatan layanan dan keamanan senantiasa diperhitungkan dalam pelayanan nasabah bisnis konsumer. Dalam jangka panjang, bisnis konsumer telah menyiapkan berbagai strategi untuk mencapai kinerja yang lebih baik, antara lain dengan melakukan ekspansi kredit, penambahan outlet *private banking*, peningkatan

program pemasaran terpadu serta pengembangan lini produk mencakup produk *bancassurance* dan lainnya.

- **Bisnis Komersial**

SBU Komersial memiliki empat segmen bisnis, yakni usaha menengah, usaha kecil, usaha mikro dan syariah. Selama tahun 2003 pengembangan SBU komersial berfokus pada pengembangan aspek bisnis masing-masing segmen serta pengembangan infrastruktur dan organisasi.

- **Bisnis Tresuri & Internasional**

Sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, BNI berhasil menjalin kepercayaan dan hubungan kerja yang erat dengan komunitas perbankan internasional. Dengan dukungan lebih dari 600 bank koresponden di 55 negara, serta lima kantor di luar negeri, BNI merupakan salah satu bank dengan jaringan pelayanan yang paling luas.

Sebagai bank nasional yang memiliki beberapa kantor cabang di luar negeri dengan lisensi operasional perbankan penuh, BNI memiliki pertimbangan bisnis yang matang untuk mengembangkan jasa pelayanan perbankan internasional yang seluas-luasnya.

Sementara di bisnis tresuri, BNI juga mengalami peningkatan transaksi di pasar uang, pasar modal dan pasar valuta asing dalam jumlah yang signifikan. Kegiatan pasar uang selama tahun 2003 membukukan volume transaksi senilai Rp 749,2 miliar, meningkat sebesar 60,53% dari Rp 466,7 miliar di tahun 2002. Peningkatan volume transaksi ini mencerminkan kegiatan tresuri yang semakin aktif dalam beberapa tahun terakhir.

- **Bisnis Anak Perusahaan**

Sinergi bisnis dalam berbagai bentuk kerjasama, aliansi dan kemitraan, merupakan salah satu kunci penciptaan nilai tambah bagi stakeholder. Keberadaan anak perusahaan BNI merupakan kekuatan yang potensial dalam menunjang pertumbuhan maupun profitabilitas.

Hingga akhir tahun 2003, terdapat 41 anak perusahaan dan perusahaan asosiasi, terdiri dari 28 Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan 13 perusahaan jasa keuangan yang bergerak antara lain di bidang asuransi jiwa, pembiayaan, sekuritas, dan modal ventura.

Kinerja perusahaan-perusahaan tersebut beragam sesuai dengan karakteristik dan kondisi bisnisnya.

3.2.5 Produk BNI

- ❖ **BNI Instan**

Produk dan layanan ini memfasilitasi kredit bagi Anda para pemegang Deposito, Tabungan dan Giro dari Bank BNI.

MANFAAT :

- Dana segar bebas pakai tanpa pencairan Deposito, Tabungan atau Giro.
- Suku bunga Deposito, Tabungan atau Giro tetap diterima
- Fleksibel, maksimal 12 tahun.
- Multy currency (penerimaan kredit dalam Rupiah atau USD).
- Cepat, proses dapat ditunggu

❖ **Kartu Kredit**

“Memberi Makna Pada Setiap Transaksi”

Kartu kredit dewasa ini bukan sekedar gaya hidup tetapi merupakan kebutuhan bagi masyarakat modern untuk menunjang semua aktivitas dalam kehidupannya sehari-hari. Semua keperluan bisnis maupun pribadi, mulai dari membiayai perjalanan dinas, menjamu klien, membiayai kelahiran si kecil, hingga belanja kebutuhan harian atau berlibur bersama keluarga tercinta dapat di penuhi dengan Kartu Kredit BNI. Dengan akseptasi yang luas di seluruh dunia, Kartu Kredit BNI memberikan makna pada setiap transaksi. Dengan pilihan VISA atau MasterCard, Kartu Kredit BNI memberi jaminan penerimaan transaksi di jutaan tempat perbelanjaan di seluruh dunia.

Kartu Kredit BNI juga dapat memberikan solusi pengeluaran kantor A secara lebih efisien dengan Kartu Kredit BNI VISA Corporate Card.

Bagi yang menjadi almamater perguruan tinggi atau anggota dari institusi non profit, dapat menunjukkan jati diri Anda sekaligus memberikan kontribusi bagi institusi tersebut dengan memiliki Kartu Kredit Affinity.

Fasilitas dan layanan produk kartu kredit dari Bank BNI :

- BNI MasterCard
- BNI VISA
- BNI VISA PLATINUM
- BNI VISA Corporate Card
- BNI VISA Affinity Card : ITB Card, IPB Card, Kadin Jakarta Card, UGM Card, dll.

❖ **BNI Griya**

Adalah fasilitas kredit untuk pembelian/pembangunan/renovasi rumah tinggal, rumah susun, ruko, rukan, apartemen dan rumah peristirahatan (villa) atau untuk pembelian kavling/tanah matang di real estate, kavling pemerintah atau swasta.

FASILITAS

- Minimal kredit Rp 10 juta dan maksimal Rp 5 miliar.

MANFAAT

- Bebas milih lokasi rumah / kavling idaman.
- Fleksibel, jangka waktu pembayaran maksimal 20 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan pembayaran.

PERSYARATAN

- Warga Negara Indonesia.
- Berpenghasilan tetap, masa kerja minimal 2 tahun.
- Usia minimal 21 tahun dan pada usia 55 tahun kredit sudah lunas, khusus pensiunan usia 60 tahun kredit sudah lunas.
- Self financing minimal 20% dari harga tanah berikut rumah yang akan dibiayai dan self financing dapat berupa tanah yang telah dimiliki.
- Mengisi formulir dan melengkapi dokumen penunjang.

❖ **BNI TKI**

Fasilitas kredit ini kami peruntukkan bagi Anda Calon TKI yang ingin bekerja di luar negeri namun belum memiliki biaya pemberangkatan. Kredit ini disalurkan melalui PJTKI (Perusahaan Jasa Tenaga Kerja Indonesia).

MANFAAT

- Membantu Anda, para calon tenaga kerja Indonesia, yang akan bekerja di luar negeri khususnya dalam biaya awal yang diperlukan.

PERSYARATAN

- PJTKI telah memiliki SIUP yang direkomendasi oleh Depnaker.
- Mempunyai job order dari pengguna jasa di luar negeri.
- Umur TKI minimal 28 tahun dan terdaftar di Kanwil Depnaker di tempat tinggalnya.
- TKI telah memiliki paspor.
- Maksimum kredit disesuaikan dengan kebutuhan.

❖ BNI Fleksi

Produk layanan BNI Fleksi memberikan Anda kemudahan memperoleh kredit tanpa agunan.

FASILITAS

- Kredit Rp. 5 juta s/d Rp. 30 juta (untuk pegawai) dan Rp. 15 juta (untuk pensiunan).

MANFAAT

- Leluasa dalam pemanfaatan
- Fleksibel jangka waktu pembayaran maksimal 5 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan.

PERSYARATAN

- Warga Negara Indonesia,
- Berpenghasilan tetap, masa kerja minimal 3 tahun,

- Usia minimal 21 tahun dan pada usia 55 tahun kredit sudah lunas, khusus pensiunan usia 60 tahun kredit sudah lunas.

3.2.6 Teknologi BNI

Antara kantor cabang, kantor wilayah dan kantor pusat Bank BNI, saat ini seluruhnya terhubung dengan menggunakan sarana komunikasi canggih yaitu sebuah transponder pada satelit Palapa B4P. Bank BNI adalah salah satu dari dua bank di Indonesia yang menggunakan jaringan telekomunikasi pribadi guna menambah keyakinan pada keamanan dan kehandalan dalam beroperasi. Sistem yang digunakan adalah didasarkan pada teknologi VSAT. Kegunaan sistem tersebut diantaranya adalah sebagai sarana transaksi kiriman uang, transaksi SWIFT dan transaksi Point of Sale (POS).

Meningkatnya intensitas persaingan pada industri perbankan, khususnya di sektor ritel, Bank BNI yakin bahwa teknologi tersebut dibutuhkan untuk tetap menjadi yang terdepan dalam teknologi perbankan untuk memberikan layanan terbaik kepada seluruh nasabah. Saat ini, Bank BNI telah tergabung dalam jaringan VISA dan MasterCard dan melayani telebanking serta sistem pembayaran berbagai tagihan.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis sistem antrian di Bank Negara Indonesia 46 adalah model Single Phase Multiple Server dengan notasi M/M/s, dimana tanda M pertama menunjukkan rata-rata kedatangan yang mengikuti distribusi probabilitas *poisson*. Sedangkan M yang kedua adalah menunjukkan tingkat

pelayanan yang mengikuti distribusi probabilitas *poisson* dan huruf *s* menunjukkan fasilitas pelayanan dalam sistem.

3.3.1 Objek Penelitian

Sebagai objek penelitian ini adalah Bank Negara Indonesia 46 cabang Perintis Kemerdekaan Bandung yang berada di jalan Perintis Kemerdekaan No. 3 Bandung, khususnya pada pelayanan penarikan, penyetoran tunai, deposito, dan pembukaan rekening baru.

3.3.2 Data yang diperlukan

1. Data umum perusahaan, yaitu meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, personalia dan pemasaran
2. Data Khusus, meliputi tingkat kedatangan rata-rata, tingkat pelayanan rata-rata, jumlah fasilitas pelayanan, besarnya populasi, biaya menunggu yang terjadi pada pelanggan, dan biaya fasilitas pelayanan.

3.3.3 Metode pengumpulan data

1. Metode interview, yaitu metode yang menggunakan sebuah dialog atau percakapan yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.
2. Metode Obsevasi, yaitu metode yang dilakukan dengan pengamatan terhadap suatu aktivitas atau kondisi perilaku
3. Metode Pengambilan Sampel
Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling*, yaitu dengan menggunakan

convenience sampling. Metode ini memilih sampel dari populasi (orang atau kejadian) yang datanya mudah diperoleh peneliti. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel dari 100 orang nasabah (responden) yang sedang mengantri di BNI 46 cabang Perintis Kemerdekaan Bandung.

3.3.4 Definisi Operasional

Pada definisi operasional, variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi masukan (*input population*) yaitu seberapa banyak pelanggan potensial yang dapat memasuki sistem antrian.
2. Distribusi kedatangan (*arrival distribution*) yaitu menggambarkan bagaimana distribusi pelanggan memasuki sistem. Para pelanggan mungkin datang setiap lima menit (*constant arrival distribution*), atau mungkin datang secara acak (*arrival pattern random*). Dengan demikian terdapat dua cara pola kedatangan per unit waktu atau menggambarkan jumlah kedatangan dalam periode waktu tertentu berturut-turut dalam waktu yang berbeda.
3. Tingkat Kedatangan Pelanggan (*Arrival Rate*) yaitu seberapa banyak pelanggan yang masuk dalam antrian dalam satuan waktu untuk nantinya dapat dilayani persatuan waktu.
4. Biaya Fasilitas pelayanan yaitu biaya yang dikeluarkan untuk perangkat keras dalam fungsi dalam melayani pelanggan, contoh : meja, kursi, komputer, counter, printer, dan gaji karyawan..
5. Biaya tunggu pelayanan yaitu biaya yang hilang selama menunggu dalam antrian, biaya ini diukur dari rata-rata pendapatan nasabah dikalikan waktu tunggu nasabah dalam antrian.

3.3.5 Alat Analisa Data

1. Melakukan pengumpulan data-data yang diperlukan di loket-loket pelayanan pada periode waktu tertentu.
2. Melakukan perhitungan rata-rata kedatangan pelanggan per jam (λ)

$$\lambda = \frac{\text{Jumlah pelanggan yang datang}}{\text{Periode waktu (jam)}}$$

Waktu antar kedatangan rata – rata pelanggan adalah $1/\lambda$

3. Menghitung rata-rata pelayanan pelanggan per jam (π)

$$\pi = \frac{\text{Jumlah waktu pelayanan keseluruhan}}{\text{Jumlah frekuensi pelayanan}}$$

Waktu rata-rata pelayanan pelanggan per jam adalah $1/\pi$

4. Melakukan perhitungan biaya pelayanan pelanggan per jam (C_s) dan biaya menunggu pelanggan per jam (C_w)

$$C_s = \frac{\text{Biaya fasilitas pelayanan per jam}}{\text{Rata - rata jumlah pelayanan per jam}}$$

$$C_w = \frac{\text{Biaya waktu tunggu per jam}}{\text{Rata - rata kedatangan pelanggan per jam}}$$

5. Menghitung Biaya Total

Expected Total cost per periode waktu

$$E (C_t) = E (C_s) + E (C_w) = S C_s + n_t . C_w$$

6. Melakukan perhitungan jumlah individu dalam sistem total (n_t). Perhitungan jumlah individu rata-rata dalam antrian (n_q), perhitungan waktu rata-rata dalam antrian (t_q), dan perhitungan waktu rata-rata dalam sistem total (t_t).

$$\bar{nq} = \frac{\lambda \pi (\lambda / \pi)^s}{(s-1)(s\pi - \lambda)^2} P_0$$

$$\bar{nt} = \bar{nq} + \frac{\lambda}{\pi}$$

$$\bar{tq} = \frac{P_0}{\lambda S(S!)[1 - (\lambda/S\pi)]^2} \left[\frac{\lambda}{\pi} \right]^2$$

$$\bar{tt} = \bar{tq} + \frac{1}{\pi}$$

