

658.8342

80E

2 21

**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN PELAYANAN
NASABAH KREDIT UMUM PEDESAAN
GOLONGAN BERPENGHASILAN TETAP
BRI UNIT**

(Studi Kasus di BRI Unit Wilayah Kanca BRI Banjarmasin)



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Oleh
Soedharmadji
NIM C4A098242

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2002**

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul
**ANALISIS FAKTOR KEPUASAN PELAYANAN
NASABAH KREDIT UMUM PEDESAAN GOLONGAN
BERPENGHASILAN TETAP
BRI UNIT**

(Studi Kasus di BRI Unit Wilayah Kanca BRI Banjarmasin)

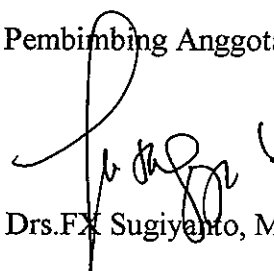
yang disusun oleh Soedharmadji, NIM C4A098242
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 14 Pebruari 2003 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama



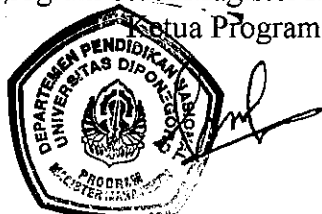
Drs. Mudji Rahardjo, SU

Pembimbing Anggota



Drs. FX Sugiyanto, MS

Semarang 14 februari 2003
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program



Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo



Sertifikat

Saya , *Soedharmadji*, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Soedharmadji
14 Februari 2002

UPT-PUSTAK-UNDIP
No. Daft: 2002/T/ma/12
Tgl. : 14 Feb' 02

ABSTRAKSI

Sektor riil yang belum dimanfaatkan secara maksimal menjadi tumpuan harapan masyarakat dari kalangan pemerintahan maupun swasta. Tersedianya modal kerja untuk menciptakan usaha baru bagi masyarakat harus dengan cepat diantisipasi oleh perbankan guna memanfaatkan peluang bisnisnya, diantaranya adalah kredit konsumtif.

Berdasarkan *trend* Kupedes Golbertap (Kredit Umum Pedesaan Golongan Berpenghasilan Tetap) BRI Unit Wilayah Kanca Banjarmasin dari tahun 1999 sampai September 2002 ternyata delta dari tahun ke tahun semakin menurun baik jumlah debitur maupun *outstanding* kreditnya. Untuk itu dilakukan penelitian terhadap perilaku ini agar pihak manajemen BRI segera memperbaiki kualitas pelayanannya sehingga segera dibuat strategi baru untuk meningkatkan produk kreditnya.

Penelitian dilakukan dengan survei terhadap 112 responden eks nasabah BRI yang pindah menjadi nasabah bank pesaing lainnya. Kepada responden dilontarkan 15 indikator tentang ekspektasi dan realitas pelayanan yang diharapkan dapat menjadi data primer dalam penelitian ini. Setelah melalui tahapan test dan uji akan validitas, reliabilitas data maka diperoleh beberapa variabel yang berkorelasi satu dengan lain, mengelompok menjadi 4(empat) komunal yang disebut Faktor dan memperoleh *eigenvalue* > 1(satu) dengan kumulatif nilai varian sebesar 65,318% dari total 14 varian (1 variabel gugur karena invalid). Faktor-faktor inilah yang perlu mendapat perhatian manajemen untuk dirumuskan dalam strategi pelayanan, yaitu :

1. Faktor Pelayanan terhadap Kualitas Produk menempati urutan pertama (F1) dengan varian sebesar 30,591 % dan *loading faktor* maksimum sebesar 0,905 merupakan hasil uji terhadap variabel adanya PKS(Perjanjian Kerja Sama) antar instansi yang mampu meraih nilai *Communalities-Extraction* sebesar 85,5% terhadap faktor 1.
2. Faktor Sumber Daya Manusia (F2), memiliki nilai varian sebesar 16,182% nominasi tertinggi diperoleh variabel Kecepatan Pelayanan dengan *loading factor* sebesar 0,758.
3. Faktor Kenyamanan Pelayanan (F3) dengan varian sebesar 8,455% untuk variabel Lokasi Pelayanan dengan *loading factor* sebesar 0,806.
4. Faktor Biaya Pinjaman (F4) meskipun sangat relatif dan lemah skorenya namun memiliki nilai *loading factor* > dari nilai KMO-MSA.

ABSTRACT

The real sector of economic which still un recognized in maximum capacity by the community as specially from the government and private parties. The paradigms its always taken by them is difficult to find the capital works for create a new effort. Banking institution must quickly to get an anticipated for fulfill their business opportunities and to shift their commercial market into a consumptive needs facility which are always support and adjust by the government

Basic from secondary data's are reported from BRI especially "*Kupedes Golbertap*" seem had decrease trend-from 1999 until September 2002 in customer and outstanding loan both. To have recovery from this behavior must be treatment by research, in order to the management of BRI immediately construct their quality services to get a new strategic for increase their loan credit's.

Survey was begun with 112 respondents from ex-customer of BRI whose are moving out than joint with the-another banking competitor. To the respondents was proposed 15 question to execute variable indicators about expectations and service realities which become to primary data's in this research.. After executed data and testing the validity and reliability variable, the research had result that between variable have correlated each other, build and joint in 4 factors group's which are reach *eigenvalue* point more than > 1 with cumulative variance is 65,319 % from totals 14 variants (1 variable was invalid) . The factors would be have special suggests from the management to be formulated into their service quality. Those are :

1. The service factor's (F1) are product quality in first rank with variance 30,591 % and had maximum Loading Factor (LF): 0.905 for variable " Adanya Perjanjian Kerjasama antar instansi" have share 85,5% for this factor (product quality service).
2. The Human Resources Factor (F2) get the variance 16,182% the highest nominated from this factor on variable "Kecepatan Pelayanan" with score LF 0.758.
3. The satisfaction Factor(F3) have score 8,455% with LF score 0.806 reach by variable " Lokasi Pelayanan ". And for last Factor (F4) for respondent expenses are relatives cost (F2) that's weak but had LF value $>$ form KMO-MSA score's.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena atas perkenanNya jugalah Tesis saya yang berjudul : Analisis Faktor Kualitas Pelayanan yang Dipertimbangkan Nasabah Kredit Umum Pedesaan Goleongan Berpenghasilan Tetap BRI Unit (Studi Kasus di BRI Unit Wilayah Kanca Banjarmasin) ini dapat terselesaikan.

Penulis juga menyadari bahwa selesainya Tesis ini terlaksana atas dorongan, bimbingan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, untuk itu kami mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Pemimpin Wilayah BRI Yogyakarta yang telah memberikan persetujuan untuk mengikuti pendidikan Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Drs. Mudji Rahardjo, SU. Sebagai dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, pengarahan serta berbagai hal dalam penyusunan Tesis ini.
3. Bapak Drs. Fx. Sugiyanto, MS. Selaku pembimbing anggota yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan tuntunan sehingga Tesis ini bisa diselesaikan.
4. Ketua Pengelola Program Magister Manajemen Undip Semarang , para dosen dan staf yang telah memberikan sarana pendidikan dan pengajaran sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Pemimpin Cabang, Staf dan pegawai Kanca BRI Banjarmasin yang memberikan ijin dan fasilitas kepada Penulis untuk melaksanakan penelitian.
6. Istri dan anak-anak kami tercinta , yang telah dengan sabar dan penuh pengertian memberikan dorongan motivasi pada Penulis untuk segera menyelesaikan studi.

7. Segenap sahabat, rekan kerja, dan teman-teman yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Semoga segala bantuan Bapak / Ibu/ Saudara tersebut mendapat imbalan dan karunia dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang berkenan membaca dan mempelajarinya.

Banjarmasin, 23 Nopember 2002

Penulis

Soedharmadji

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SERTIFIKAT KEASLIAN	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 .Latar belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan penelitian	7
1.4. Manfaat	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Telaah Pustaka	8
2.1.1. Karakteristik Jasa	8
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	10
2.1.3. Penelitian Terdahulu	18
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	20

2.3. Hipotesis	22
BAB III. METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Metode Penelitian.....	23
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3. Populasi dan Sampling	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Teknik Pengujian Data	24
3.6. Teknik Analisis	26
3.6.1. Analisis Faktor	26
3.6.2. Tabulasi Data	26
3.6.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.6.4. Uji Analisis Factor	27
3.6.5. Metode Rotasi Varimax	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	29
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	29
4.1.1. Sejarah singkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)	29
4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)	31
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)	33
4.2. Gambaran Umum Kantor Cabang BRI di Kotamadya Banjarmasin	34
4.2.1. Struktur Organisasi	34
4.2.2. Jasa Perbankan	36
4.3. Diskripsi Data	43
4.3.1. Karakteristik Responden	44

4.3.2. Batasan Umur Responden.	46
4.3.3. Jenis Kelamin Responden.	47
4.3.4. Jenis Pekerjaan Responden.	48
4.3.5. Tingkat Penghasilan Responden.	49
4.4. Tanggapan Responden.	50
4.5. HASIL ANALISIS.....	50
4.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.	50
4.5.2. Analisa Faktor.	51
BAB V. SIMPULAN DAN IMPLEMENTASI STRATEGIS.....	55
5.1. Kesimpulan.	55
5.2. Implementasi Strategis.	59
5.3. Saran-Saran.	60
DAFTAR PUSTAKA.	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENYUSUN.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.	66

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Data Debitur Golbertap BRI Unit Kanca Banjarmasin.	45
4.2. Data Outstanding Kupedes GolbertapBRI Unit Kanca Banjarmasin	46
4.3. Batasan Umur Responden.	47
4.4. Jenis Kelamin Responden	47
4.5. Jenis Pekerjaan Responden.	48
4.6. Komposisi Pendapatan / bulan Responden.	49
4.7. Hasil Awal Analisis Faktor Terhadap indikator Kualitas Pelayanan.....	53
4.8. Pengelompokan Indikator Menurut Loading Factor	54
5.1. Tingkat Kepuasan Nasabah	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Tingkat Kepuasan Pelanggan.	12
2.2. Gap Kualitas Jasa...	15
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	21
4.1. Struktur Organisasi Kantor Cabang BRI.	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN.....	66
2. TABULASI DATA DATA EKSPEKTASI RESPONDEN.....	69
3. TABULASI DATA DATA REALITAS RESPONDEN.....	72
4. TABULASI DATA DATA GAP EKSPEKTASI DAN REALITAS.....	75
5. RELIABILITY ANALISYST	79
6. ANALISIS FAKTOR GAP I PERSEPSI DAN REALITAS PELAYANAN	84
7. ANALISIS FAKTOR GAP II PERSEPSI DAN REALITAS PELAYANAN	90
8. ANALISIS FAKTOR GAP DAN METHODE VARIMAX.....	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam sejarah perbankan di Indonesia tercatat berbagai upaya untuk perbaikan, hal ini bisa dilihat mulai dari deregulasi perbankan 1 Juni 1983 dimana terjadi pergeseran dominasi peranan lembaga *intermediary* sektor keuangan dari bank milik pemerintah ke bank milik swasta dalam mobilisasi dan alokasi sumber-sumber dana pembangunan. Hal ini dimungkinkan oleh adanya kebebasan yang diberikan oleh pemerintah kepada perbankan dalam hal penentuan tingkat suku bunga simpanan dan pinjaman.

Sejak Pakto 1988 intervensi pemerintah yang berlebihan terus dikurangi sehingga perbankan bebas dari campur tangan pihak luar dan hal ini berakibat adanya persaingan antar bank tidak terhindarkan, ditandai dengan maraknya penawaran produk – produk simpanan, pinjaman dan fasilitas lain yang dilakukan dengan cara yang agresif dengan menawarkan berbagai bentuk kemudahan yang dikaitkan dengan produk yang dianggap unggulan.

Persaingan yang semakin meningkat dan cepatnya deregulasi di bidang perbankan Nasional menyebabkan perbankan mencari cara-cara yang menguntungkan dalam rangka mendefrensiasikan diri terhadap para pesaing, di sisi lain dengan meningkatnya persaingan antar bank ini nasabah bank

sebagai konsumen juga semakin selektif dalam memilih bank untuk memenuhi kebutuhannya dalam menggunakan jasa perbankan.

Demikian pula atas kondisi perekonomian makro dengan adanya krisis moneter tahun 1997 serta kebijakan pemerintah dalam rangka restrukturisasi perbankan dengan melikuidasi beberapa Bank Swasta Nasional yang berakibat tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan semakin menurun dan berdampak pada persaingan antar bank semakin tajam.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara yang lebih memuaskan dari pada yang telah dilakukan oleh para pesaing.

Dengan kondisi tersebut maka industri perbankan harus dapat mengantisipasi adanya perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnisnya dengan efektif dan efisien melalui evaluasi kembali atas strategi bisnis dan pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan nasabah (*Customer Oriented*), salah satu strategi yang menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan adalah menawarkan pelayanan dengan kualitas yang memuaskan (Parasuraman, dkk, 1985).

Menurut Parasuraman, et al (1985) ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*, apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa

yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pemahaman atas kepuasan pelanggan sehingga memenuhi *customer expectations*, langsung mempengaruhi kinerja penjualan dan akan menciptakan retensi pelanggan yang lebih tinggi yang akhirnya akan menciptakan penjualan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan pelayanan.

Sejalan dengan hal tersebut juga ditekankan oleh Kotler, (1997), bahwa tugas utama suatu organisasi adalah menetapkan persepsi kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju serta memberikan kepuasan melalui desain, komunikasi penetapan harga dan pelayanan yang sesuai serta kompetitif yang dapat dicapai, di samping itu juga disebutkan bahwa perencanaan pemasaran haruslah direncanakan dari konsumen bukan dari organisasi. Demikian pula Supranto, J. MA (1997), mengutarakan bahwa dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, sehingga untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misal dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik,

harganya lebih murah, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan lebih baik dari para pesaingnya.

Cronin (1992) mengemukakan adanya hubungan yang signifikan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality*) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Supranto, J. MA (1997) bahwa pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan menimbulkan kerugian.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levitt, 1987). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih

banyak dari pada para pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler, et al, 1996).

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang *essensial* bagi setiap perusahaan, hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik survei dengan melalui pos, telpon maupun dengan wawancara pribadi (McNeal and Lamb,1992). Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Dalam pelayanan Kredit Konsumtif kepada masyarakat golongan berpenghasilan tetap baik dari pegawai instansi pemerintah ataupun swasta, di BRI dilayani oleh Kantor Cabang yaitu Kretap atau disebut Kredit Berpenghasilan Tetap dan Kupedes Golbertap yang dilayani oleh BRI Unit. Fasilitas kredit tersebut terdapat beberapa perbedaan di dalam ketentuan pemberian pinjaman, sehingga ada masyarakat yang memilih Kretap maupun Kupedes Golbertap walaupun instansinya sama tergantung dari pertimbangan nasabah dalam menilai faktor-faktor pelayanan yang diharapkan. Dari data yang diperoleh atas pemberian kredit konsumtif Kupedes Golbertap BRI Unit

di wilayah Kanca Banjarmasin, ternyata delta pertumbuhan dari tahun 1999 sampai dengan September 2002 menunjukkan penurunan baik dari sisi jumlah debitur maupun rupiah dimana 1999 ke 2000 delta debitur 793 dan rupiah Rp 3,789 M, dan th 2000 ke 2001 delta debitur 350 dengan Rp.2,165 M dan delta 2001 ke September 2002 debitur 29 dengan Rp.1,007 M. Melihat kondisi tersebut selanjutnya ditindak lanjuti dengan mengadakan pengecekan di 11 BRI Unit yang melayani kredit Kupedes Golbertap tersebut, dan ternyata dari bulan Januari s/d juni 2002 terdapat 112 debitur kupedes golbertap BRI Unit yang menutup rekeningnya dan diduga berpindah ke bank lain.

Hal inilah yang melatar belakangi untuk mengadakan pengkajian lebih lanjut tentang faktor apa yang dipertimbangkan eks-nasabah kupedes golbertap dalam mempersepsikan pelayanan kredit konsumtif.

1.2. Perumusan Masalah.

Atas dasar latar belakang tersebut diatas dapat diutarakan perumusan masalah sbb:

- a. Menurunnya jumlah nasabah maupun jumlah rupiah serta dilunasinya 112 rekening pinjaman kupedes golbertap di wilayah kanca Banjarmasin menunjukkan indikasi adanya faktor pelayanan kupedes golbertap yang tidak memuaskan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini antara lain:

- a. Mengadakan analisis atas faktor-faktor yang dipertimbangkan eks-nasabah kupedes golbertap dalam mempersepsikan kualitas pelayanan di BRI Unit di wilayah Kanca BRI Banjarmasin.
- b. Berdasarkan hasil penelitian tersebut mengusulkan strategi kepada manajemen BRI untuk bisa membantu dalam meningkatkan pemasaran kredit konsumtif kupedes golbertap.

1.4. Manfaat Penelitian.

Dengan selesainya pembuatan tesis ini akan bermanfaat bagi penulis, antara lain :

- a. Menambah wawasan serta pengalaman peneliti dalam mempraktekan ilmu yang didapat dalam perkuliahan.
- b. Memberikan masukan/ usulan kepada manajemen BRI dalam rangka membuat strategi tentang peningkatan kualitas pelayanan kupedes golbertap serta dapat mengantisipasi berpindahya nasabah ke bank lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Pustaka

2.1.1. Karakteristik jasa

Definisi jasa menurut Kotler (1994) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan karakteristik pokok pada jasa yang membedakan dengan barang menurut Kotler (1997) ada 4 macam yaitu :

a. *Intangibility*.

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang bisa dimiliki maka jasa hanya bisa di konsumsi tetapi tidak dimiliki. Jasa bersifat *intangible* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau di raba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangible* pada jasa memiliki 2 pengertian yaitu , sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan. Serta sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah. Dengan demikian orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum

merasakannya sendiri. Dari hal tersebut maka para pelanggan akan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut sehingga pemasar jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya.

b. Inseparability.

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual selanjutnya dikonsumsi, sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawan.

c. Variability.

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standarized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

d. Perishability.

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Karakteristik ini menyebabkan rumitnya bagi penyedia jasa akibat permintaan yang berfluktuasi, dan disisi lain pada saat tertentu kapasitas pelayanan kurang akibat fluktuasi permintaan dan sebaliknya sehingga sering mengakibatkan kekecewaan pelanggan yang tidak bisa dilayani dengan sebaik-baiknya.

Dengan mengetahui atas karakteristik jasa tersebut berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sedangkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kualitas pelayanan ini dibentuk oleh perbandingan antara realita dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas (Oliver,1993)

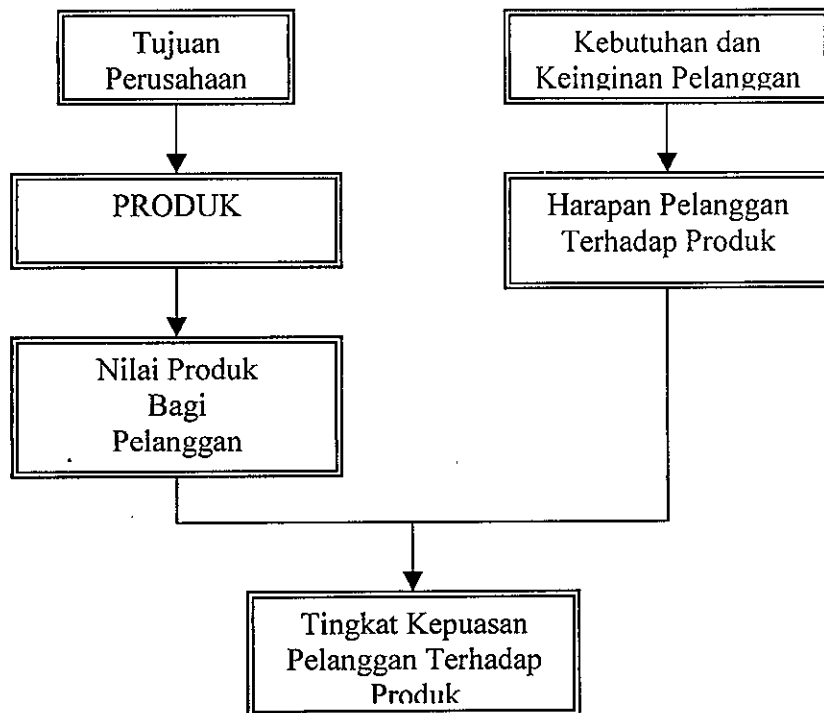
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.

Menurut beberapa pakar definisi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan realitas kinerja yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tse dan Wilton, 1988). Sedangkan menurut Kotler (1997) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang

diharapkannya. Serupa juga apa yang dikatakan oleh Engel, et al (1990) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil (*out-come*) tidak memenuhi harapan. Oliver (1993) mengatakan kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidak sesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Spreng, Mackenzie dan Olshavsky (1996) mengemukakan model proses pembentukan kepuasan dengan memperluas model dari Oliver (1993). Faktor yang ditambahkan meliputi atribut kepuasan dan informasi kepuasan. Kepuasan keseluruhan didefinisikan sebagai pernyataan efektif tentang reaksi emosional terhadap pengalaman atas produk jasa yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap produk tersebut (atribut kepuasan) dan dengan informasi yang digunakan untuk memilih produk (informasi kepuasan).

Dari berbagai definisi tentang kepuasan pelanggan tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pengertian ini berdasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver (dalam Engel, et al, 1990; Pawitra, 1990) seperti terlihat pada gambar 2.

Gambar 2.1
Tingkat Kepuasan Pelanggan



Meskipun definisi yang diberikan diatas menitik beratkan kepada kepuasan atau ketidak puasan terhadap produk atau jasa , pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidak puasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat (Peterson dan Wilson, 1992; Pawitra,1993)

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang essensial bagi setiap perusahaan, hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi

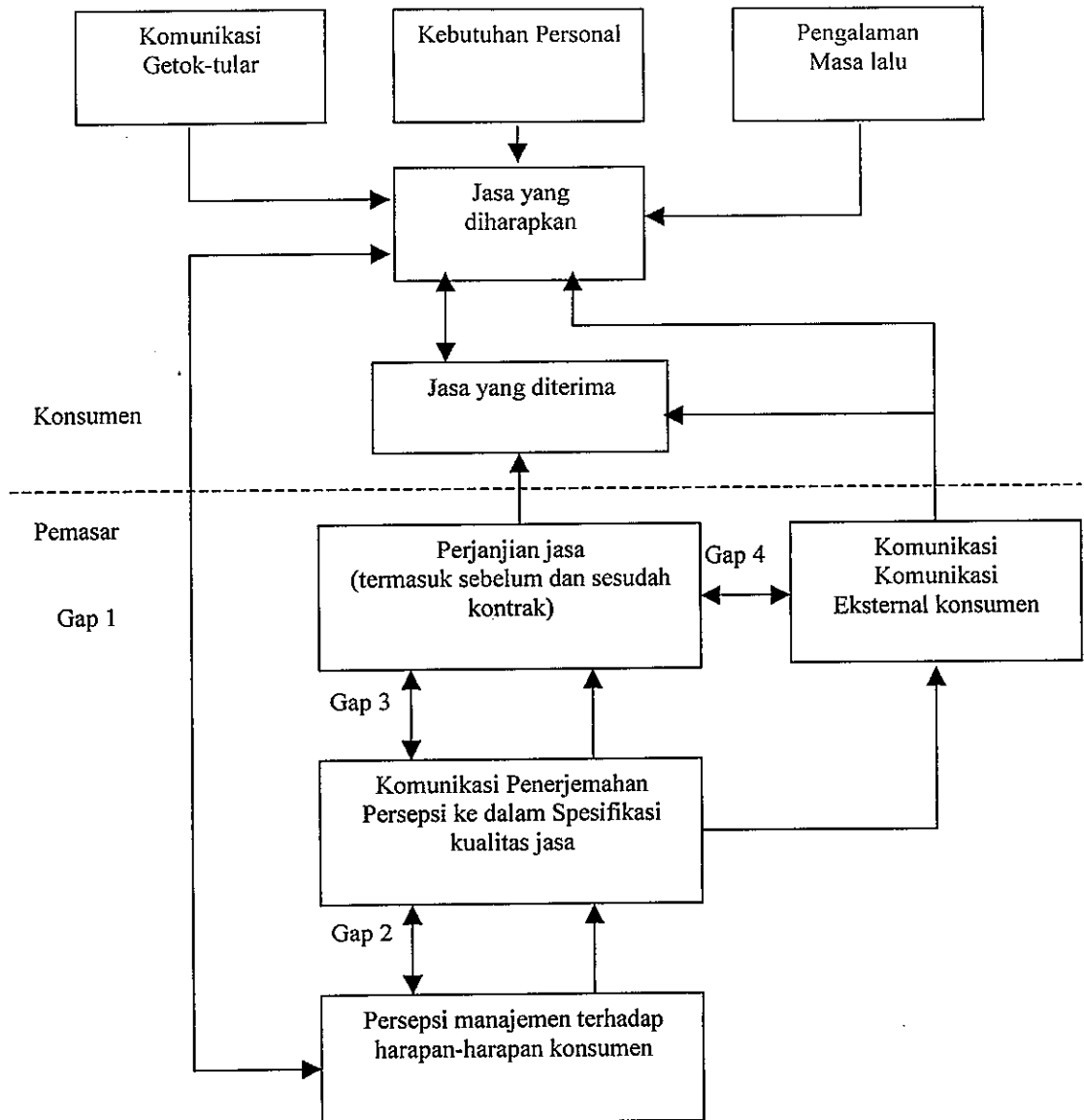
keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan . Berdasarkan penemuan dari Tse dan Wilson (1988) diperoleh bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh 2 variabel utama yaitu: *Expectations* dan *perceived performance*, apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan merasa puas dan sebaliknya merasa tidak puas. Disamping itu Tse dan Wilson juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat dari pada *expectations* didalam penentuan kepuasan pelanggan.

Tiga peneliti Amerika, Leonard L Berry A Parasuraman dan Valerie A Zeithaml (1985) melakukan penelitian mengenai customer perceived quality pada 4 industri jasa yaitu *retail banking, credit card, securities brokerage* dan *product repair and maintenance*. Dalam penelitian tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa (gambar 1) yaitu:

1. **Gap 1**, adalah kesenjangan tingkat kepentingan konsumen dan persepsi manajemen. Pada kenyataan manajemen perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, akibatnya desain dan standart jasa tidak sesuai seperti yang diharapkan konsumen.

2. **Gap 2**, adalah kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, namun mereka tidak menyusun standart kerja yang jelas.
3. **Gap 3**, adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Hal ini terjadi misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja yang melampui batas atau ketidak mampuan memenuhi standard kinerja
4. **Gap 4**, adalah Kesenjangan antara penyampaian jasa aktual dan komunikasi eksternal kepada konsumen. Sering kali tingkat kepentingan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat perusahaan, dan apabila janji ternyata tidak dipenuhi menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas jasa perusahaan.
5. **Gap 5**, adala kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi bila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berbeda atau pelanggan keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Gambar 2.2.
Gap Kualitas Jasa



Sumber : Parasuraman, et al (1985)

Dari berbagai karakteristik pada jasa tersebut diatas jelaslah bahwa jasa (*service*) berbeda dengan barang (*goods*) sehingga lebih sulit untuk dievaluasi dibanding kualitas barang .

Menurut Parasuraman et al (1985) dikatakan bahwa dimensi mutu yang sering digunakan dalam penilaian kepuasan dan ketidak puasan terhadap pelayanan jasa yang bersifat *intangibile* antara lain :

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*) meliputi keinginan pekerja memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Accurance*) meliputi kemampuan , kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari para pekerja.
5. Empati meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi para pekerja terhadap kebutuhan para pelanggan.

Untuk menentukan dimensi mutu pelanggan, Flanagan (1954) memperkenalkan tehnik insiden kritis dan telah dipergunakan didalam bentuk dimensi kinerja dalam sistim penilaian kinerja oleh Lathan, et al (1979) di mana metode ini tidak hanya cocok diterapkan didalam pengembangan kuesioner kepuasan pelanggan akan tetapi juga bisa

diterapkan didalam analisis proses bisnis dimana perusahaan mencoba mendefinisikan dan memahami kebutuhan pelanggan.

Insiden kritis ialah terminologi sebagai suatu contoh kinerja organisasi dari prospektif pembeli yang langsung dirasakan manfaatnya oleh para pelanggan, dapat puas ataupun kecewa sehingga manajemen harus segera mengetahui ciri apa dari produk atau jasa yang membuat pelanggan kecewa untuk segera dilakukan koreksi, sehingga tidak menambah *Customer* yang akan meninggalkan dan pindah ke kompetitor yang lain.

Banyak usaha yang telah dirumuskan para pakar manajemen kualitas untuk mendefinisikan kualitas jasa atau pelayanan agar dapat didesain dikendalikan dan dikelola sebagaimana dengan kualitas barang, karena yang ditekankan dalam penerapan manajemen kualitas adalah perbaikan sistem kualitas bukan sekedar perbaikan kualitas barang / jasa, yang terdiri dari : perencanaan sistem kualitas, pengendalian sistem kualitas, dan perbaikan sistem kualitas. Gaspersz Vincent (1977), dan disebutkan pula beberapa dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa antara lain : ketepatan waktu, akurasi, kesopanan / keramahan, tanggung jawab, kelengkapan, kemudahan variasi model, pelayanan pribadi, kenyamanan dan atribut pendukung pelayanan lainnya.

2.1.3. Penelitian Terdahulu.

Dalam menghitung indeks kepuasan pelayanan menurut Cronin dan Taylor,1992; Engel et al,1990; Tse and Wilton,1988; Parasuraman et al,1994; Tears,19494 dan Pawitra,1993 diperoleh dengan menggunakan penilaian skala 1 s/d 7 . dari sangat tidak puas,tidak puas,agak tidak puas,,netral, agak puas,puas, sangat puas dan penilaian bisa dilakukan terhadap produk atau jasa tertentu. Bila terdapat beberapa produk atau perusahaan alternatif maka dapat digunakan tehnik lain berupa peringkat ordinal dari obyek penelitian yaitu dari sangat puas hingga sangat tidak puas.

Cronin dan Taylor, (1992), mengadakan penelitian untuk mengukur kualitas jasa dengan mengambil langsung dari 5 (lima) dimensi kualitas jasa (Parasuraman, dkk, 1988), sedangkan variabel kepuasan konsumen dan minat untuk membeli diukur dengan Skala Likert. Untuk membuktikan hipotesis penelitian tentang hubungan antara kualitas jasa, kepuasan konsumen dan minat membeli dilaksanakan melalui analisis atas signifikasi dari *Coeffisien Path* program LISREL VII yang mengaitkan variabel-variabel tersebut.

Hasil dari penelitian Cronin dan Taylor, 1992, menduga bahwa :

1. Kualitas jasa memiliki pengaruh yang *significant* terhadap kepuasan konsumen.

2. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang *significant* terhadap minat untuk membeli kembali.
3. Kualitas jasa tidak berpengaruh *significant* terhadap minat untuk membeli kembali.

Mylonakis, Malliaris dan Siomkos (1992) mengadakan penelitian mengenai kriteria yang paling penting yang dapat memberikan kepuasan nasabah bank dengan variable-variabel dan hasilnya adalah : (1) Tempat/kantor bank berdekatan dengan rumah atau tempat kerja memperoleh bobot 29,2% , (2) Kualitas pelayanan 23,5%, (3) Reputasi Bank 9,3%, (4) Konsultasi dan jasa-jasa yang ditawarkan 8,6%, (5) Suku bunga 6,3 % , (6) Produk yang ditawarkan, *Credit card* 3,9%, (7) Hubungan Bank dengan nasabah 3,9% dan (8) Status kepemilikan 1,6%.

Sedangkan untuk alasan-alasan bagi nasabah untuk pindah dari satu bank ke bank lain adalah : (1) Kualitas pelayanan yang lebih baik dengan bobot 15%. (2) Jaringan kantor cabang yang luas 5,8%. (3) Hubungan personil yang lebih baik 1,7%. (4) Hubungan bank dengan nasabah 1,7%, (5) Mengeluarkan *Credit Card* 1,4% dan (6) Alasan-alasan kemudahan 3,7%. Jadi dari data tersebut diatas ternyata faktor kepuasan pelayanan merupakan alasan utama nasabah berpindah ke bank lain.

2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari uraian tersebut diatas secara garis besar kerangka pemikiran teoritis ini sebagai berikut :

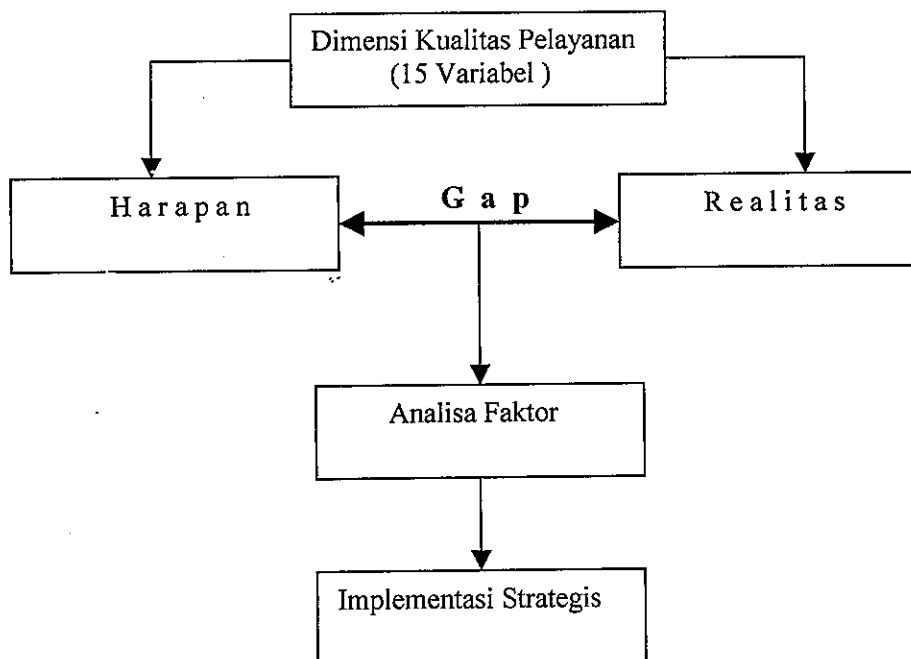
- 1) Sependapat dengan Parasuraman, dkk, (1985), yang menyatakan bahwa kualitas jasa mencakup suatu perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang diterima, dan terdapat lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.
- 2) Dalam penyaluran kredit konsumtif Kupedes Golbertap di BRI Unit wilayah Kanca BRI Banjarmasin terdapat 15 indikator pelayanan yang dipertimbangkan oleh nasabah.
- 3) Berdasarkan 15 indikator pelayanan Kupedes Golbertap tersebut selanjutnya diadakan survei sejauh mana gap persepsi dan realita dari responden kupedes golbertap, melalui jawaban kuesioner yang diukur dengan Skala Likert dengan skor terdiri dari : Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5).
- 4) Dari hasil skoring tersebut dilakukan tabulasi kemudian selanjutnya diuji validitas, reliabilitas, korelasi dan analisa faktor terhadap indikator yang diperoleh untuk mengetahui indikator –indikator mana yang berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan

- 5) Dari hasil analisa bisa ditetapkan yang perlu ditindak lanjuti oleh BRI dalam rangka mengantisipasi berpindahya nasabah Kupedes Golbertap maupun dalam rangka meningkatkan ekspansi kredit konsumtif.

Adapun gambar kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini setelah diadakan penyesuaiaan terhadap kondisi lapangan terhadap pelayanan kupedes golbertap di BRI Unit seperti terlihat pada gambar 2.2 di bawah ini :

Gambar 2.3.

Kerangka Pemikiran Teoritis



2.1. Hipotesis

Berdasarkan telaah pustaka dan pengamatan atas realitas permasalahan yang akan diteliti , hipotesis dalam penelitian ini adalah :

“ Terdapat ketidak puasan nasabah Kupedes Golbertap di BRI Unit wilayah Kanca Banjarmasin , dikarenakan adanya perbedaan persepsi dan realita atas kualitas pelayanan ditinjau dari beberapa variable pelayanan antara lain : Suku Bunga Pinjaman, Sumber Daya Manusia , Lokasi Pelayanan dan Biaya Pinjaman. “ .

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dan *interview* kepada responden karena dengan survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap para pelanggannya.

3.2. Jenis dan Sumber Data.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer yang diambil dari *interview* kepada para eks nasabah Kupedes Golbertap berupa tanggapan nasabah tentang faktor-faktor kualitas pelayanan dalam mengambil kredit konsumtif Kupedes Golbertap BRI Unit di wilayah Kanca BRI Banjarmasin, sedangkan data skunder merupakan gambaran umum perusahaan PT. BRI Cabang Banjarmasin yang diperoleh dari angka perkembangan perusahaan serta peraturan-peraturan atau ketentuan yang diberlakukan di BRI Cabang Banjarmasin.

3.3. Sampel penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah semua populasi eks nasabah Kupedes Golbertap BRI Unit yang melunasi rekening pinjamannya ,

sedangkan jumlah responden sebanyak 112 responden.

3.4. Metode Pengumpulan Data.

Data primer yang menyangkut variabel obyek penelitian dicari dengan cara sensus kepada eks nasabah Kupedes Golbertap BRI Unit melalui wawancara dengan pertanyaan model *Serqual* yang terdiri dari 15 jenis pertanyaan, sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Linkert dengan 5 rentangan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS), dengan skor : 1
2. Tidak Setuju (TS), dengan skor : 2
3. Netral (N), dengan skor : 3
4. Setuju (S), dengan skor : 4
5. Sangat Setuju (SS), dengan skor : 5

3.5. Teknik Pengujian Data

Sebelum dilakukan analisis data, data yang diperoleh dari responden diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya.

a. Uji Validitas.

Dimaksudkan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya untuk mengukur pokok pertanyaan secara cermat. Untuk pengujian ini dipakai korelasi *product moment* dari Pearson dengan rumus :

$$r_{XY} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y) / n}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n} \right] \left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} \right]}}$$

dimana :

r_{XY} = Koefisien korelas diantara item dengan total skor.

X = skor pertanyaan yang dihitung validitasnya.

Y = total skor untuk variabel yang terdiri dari beberapa komponen pertanyaan

n = jumlah sampel

b. Uji Reliabilitas (Uji Keandalan)

Tujuannya untuk mengetahui :

- Sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya.
- Keterkaitan dengan kesalahan pengukuran.

Setiap pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui nilai suatu variabel dianggap sebagai belahanya, lalu diadakan estimasi ke seluruh tes dengan memakai koefisien alfa. Nilai alfa lebih besar 0,6 cukup reliabel, rumus yang digunakan sbb :

$$\alpha = \left[\frac{j}{J-1} \right] \left[\frac{j X^2 - \sum S y_j^2}{S^2_x} \right]$$

Dimana :

S^2_x = Varian skor subyek pada keseluruhan tes yang terdiri dari beberapa pertanyaan (belahan)

S^2_{yj} = Varian skor subyek pada belahan yang ke j dimana $j = 1, 2, \dots =$ banyaknya pertanyaan (validitas).

J_x = Koefisien reliabilitas alpha

3.6. Teknik Analisis

3.6.1. Analisis Faktor

Adalah salah satu alat analisis untuk menyederhanakan hubungan dari macam-macam indikator serta untuk menentukan indikator-indikator yang mempunyai dimensi sama atau serupa. Teknik ini merupakan teknik statistik multi indikator untuk melakukan pengujian hubungan seluruh indikator yang memiliki korelasi satu sama lain dengan aplikasi yang digunakan SPSS For Window 11.0, dengan analisis faktor dapat diketahui indikator mana yang menjadi bahan pertimbangan dalam mempersiapkan kepuasan pelayanan serta indikator mana yang paling dominan.

3.6.2. Tabulasi Data

Data yang diperoleh melalui wawancara di *input* kedalam tabel dengan menggunakan program Excel 2000. Dari 112 responden yang disurvei hanya 108 data yang valid untuk dilanjutkan kelangkah pengujian selanjutnya (4 kuesioner gugur karena tidak lengkap)

Input data berupa tabel ekspektasi pelayanan dari nasabah dan realitas pelayanan yang dirasakan ditabulasikan dalam kolom dan baris. Atribut variabel diinput kedalam lajur kolom sedangkan jumlah responden kedalam lajur baris , dengan masing-masing variabel dihitung atribut, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

3.6.3. Uji validitas dan reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS for Window release 11.0. Data tabulasi gap diinput kedalam *master data* program SPSS. Setiap kolom tabulasi gap ditandai dengan nama yang spesifik sebagai indikator yang akan diuji. Melalui beberapa menu yang ada dalam program tersebut dalam langkah prosesi pengujian secara otomatis program akan mengeluarkan output hasil olahan I, yaitu uji validitas dan reliabilitas dalam bentuk *file print-out*. Hasil *print out* akan menunjukkan alpha untuk validitas, (Jika nilai korelasi $> 0,30$ data dianggap valid). Sedangkan untuk reliabilitas menggunakan koefisien alpha dengan syarat minimal nilai koefisien alpha $> 0,6$. Jika alpha $< 0,6$ maka data dianggap kurang reliabel untuk dilanjutkan proses pengujian selanjutnya (hasil test alpha = 0,8227) .

3.6.4. Uji analisis faktor

Prosesi ini dilanjutkan jika uji validitas dan reliabilitas telah memenuhi syarat. Dengan langkah yang sama pada saat pengujian validitas dan reliabilitas dimulai dari input *master data* , kemudian dengan bantuan dari

beberapa menu yang terdapat pada program SPSS diperoleh *output* hasil analisa faktor berupa :

- Angka *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA)
- Angka Barlett's Test Sphericity, dengan perkiraan *Chi Square* dan signifikansi *Chi-square*.
- Nilai MSA hasil Anti image correlation yang menunjukkan bahwa korelasi variabel dengan analisa faktor memenuhi syarat jika nilai minimal MSA > 0,5 (50%).
- Nilai *eigenvalue* yang tersortasi dari nilai tertinggi ke nilai terendah berturut turut kebawah
- Nilai varian beserta komulatifnya
- Nilai *Loading factor* dalam komponen matrix

3.6.5. Methode Rotasi Varimax.

Metode ini digunakan untuk menguji kembali Loading factor yang diperoleh dari analisa faktor. Hasil metode *varimax* ini akan mempertegas posisi variabel dalam faktor yang terbentuk.

Bagi variabel yang mempunyai loading factor paling lemah akan hilang , sedangkan yang mempunyai *loading factor* besar / kuat akan bertambah besar / semakin kuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Bank Rakyat Indonesia didirikan untuk pertama kali oleh Raden Aria Wirjaatmadja di Purwokerto pada tanggal 16 Desember 1895, Dalam perkembangannya bank ini telah beberapa kali mengalami perubahan nama, karena disesuaikan kondisi Indonesia yang sedang mengalami penjajahan oleh bangsa asing yakni berubah menjadi *De Poerwokertoshe Hulp Spaar-en Landbouw Credietbank*, yang pada perkembangannya lebih dikenal masyarakat sebagai *Volksbank* (Bank Rakyat). Pada tahun 1912 berubah menjadi *Centrale Kas Voor Het Volkscredietwezen* (AVB) dan pada masa penjajahan Jepang pada tahun 1942 berubah menjadi *Syomin Ginko*.

Pada periode setelah Indonesia merdeka, Bank Rakyat Indonesia merupakan bank Pemerintah pertama yang beroperasi di Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 Tahun 1946. Namun pada masa agresi Belanda tahun 1947 dengan adanya Perjanjian Renville operasional Bank Rakyat Indonesia sempat terhenti selama kurang lebih satu tahun sampai disepakatinya Perjanjian Roem-Royen pada tahun 1949. Selanjutnya Bank Rakyat Indonesia aktif kembali dengan nama Bank Rakyat Republik Indonesia Serikat (BARRIS). Pada tahun 1960 berdasarkan PERPU No. 41 Tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari Bank Rakyat Indonesia, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Handels Maatschappij* (NHM).

Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 Tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Selanjutnya, berdasarkan Penpres No. 17 Tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan tersebut, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rural, sedangkan N H M menjadi Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 1967 tentang Pokok Perbankan dan Undang-Undang No. 13 Tahun 1968 tentang Bank Sentral, yang pada intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral, Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rural dan Ekspor Impor dipisahkan menjadi dua bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Kemudian berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 1968 tugas-tugas pokok Bank Rakyat Indonesia ditetapkan kembali sebagai bank umum.

Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 1992 status Bank Rakyat Indonesia sejak tanggal 1 Agustus 1992 berubah menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) sejak didirikan telah berperan dalam pembangunan bangsa dan negara melalui perhatiannya terhadap pengembangan usaha kecil, dikhususkan untuk mengelola kredit kecil dan bisnis *retail banking* yang mendukung usaha kecil dan koperasi.

4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Sebagai pedoman dalam pengelolaan usaha strategik (*corporate strategic*), direksi Bank Rakyat Indonesia melalui *Corporate Plan 2000* telah menetapkan visi, misi dan tujuan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), yaitu sebagai berikut:

1) Visi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

- a) Bank Rakyat Indonesia adalah bank komersial terkemuka di Indonesia, yang memberikan kontribusi bagi kesejahteraan dan kemajuan bangsa melalui layanan keuangan yang prima kepada pasar sasarnya.
- b) Bank Rakyat Indonesia memimpin pasar melalui produk-produk dan jasa perbankan yang menawarkan kemudahan serta tanggap terhadap kebutuhan nasabah, dengan cara kompeten, produktif, profesional, serta didukung karyawan bermotivasi tinggi dan teknologi perbankan tepat guna.
- c) Bank Rakyat Indonesia diakui di tingkat regional, dan para nasabahnya yang puas akan terus mendukung dengan membawa nasabah baru untuk menikmati layanan Bank Rakyat Indonesia.

2) Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

- a) Misi Bank Rakyat Indonesia adalah menunjang program pembangunan ekonomi nasional melalui penyediaan jasa perbankan yang bermutu tinggi bagi seluruh lapisan masyarakat, dengan melakukan kegiatan perbankan dalam pengertian seluas-luasnya sepanjang tidak bertentangan dengan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku, dan tidak berdampak merugikan negara dan masyarakat.

- b) Bank Rakyat Indonesia melayani seluruh lapisan masyarakat, meliputi usaha kecil, menengah dan besar baik nasabah perorangan maupun korporasi. Sektor-sektor usaha yang dilayani meliputi : bidang pertanian, industri, perdagangan dan segmen-segmen lainnya di dalam dan di luar negeri. Dalam rangka ini Bank Rakyat Indonesia memiliki dan mempertahankan jaringan unit kerja yang luas dan tersebar merata di seluruh tanah air.
- c) Sektor *retail banking* baik secara langsung kepada nasabah perorangan maupun tidak langsung melalui koperasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM), serta memberikan pembinaan dan pengawasan terhadap lembaga-lembaga keuangan desa (BKD) sesuai dengan penugasan yang diberikan oleh pemerintah.

3) Tujuan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Dalam upaya mencapai misi tersebut dan dengan menjunjung tinggi serta berpegang teguh pada kejujuran, integritas dan kepercayaan, Bank Rakyat Indonesia menetapkan beberapa tujuan diselaraskan bagi kepentingan para *stakeholders*, yaitu:

a) Pemegang Saham

Memberikan hasil yang wajar (maksimal) bagi para pemegang saham tanpa meninggalkan tanggung jawab sosialnya.

b) Nasabah

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

c) Pekerja

Menjadikan Pekerja sebagai asset utama perusahaan dengan menciptakan lingkungan dan suasana kerja yang memuaskan, memberi kesempatan yang sama untuk berkembang sesuai dengan prestasi serta mengembangkan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang berlandaskan suatu tekad untuk mempertahankan tradisi yang baik demi menjaga kehormatan pribadi maupun lembaga sehingga jelas identitasnya sebagai bankir *entrepreneur* yang piawai dan mandiri.

d) Pemerintah

Menjadi persero yang sehat dengan mematuhi segala peraturan dan perundang-undangan yang berlaku dan berperan serta dalam meningkatkan mutu industri perbankan Indonesia.

e) Masyarakat

Memberikan kontribusi kepada masyarakat (setempat) untuk pembangunan ekonomi maupun sosial dengan menyisihkan sebagian dari hasil usaha yang diperoleh.

4.1.3. Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

Mengingat organisasi Bank Rakyat Indonesia sangat besar, baik ditinjau dari jaringan usaha yang menyebar di seluruh Indonesia mulai dari desa-desa sampai kota besar, maupun dari segi jumlah personel serta kompleksitas permasalahannya maka dalam rangka menghadapi tantangan globalisasi perbankan, dan persaingan yang semakin tajam, serta untuk mencapai maksud Bank Rakyat Indonesia agar dapat go

public dan untuk mewujudkan visi dan misi Bank Rakyat Indonesia, maka pengelolaan bisnis BRI harus lebih fokus, *individual accountability* harus lebih tegas dan jelas, melalui peningkatan pemberian kewenangan dan pemberdayaan - (*empowerment*), peningkatan profesionalisme dan spesialisasi. Kemudian mulai tahun 1998 berdasarkan Surat Keputusan Direksi , organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) secara keseluruhan ditetapkan terdiri atas 3 (tiga) tingkat, yaitu:

- 1) Tingkat Kepemilikan, yaitu pemegang saham yang dilembagakan dalam bentuk Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS);
- 2) Tingkat Penetapan Arah Strategik dan Kebijakan Perusahaan yang dilembagakan dalam bentuk struktur sebagai berikut:
 - a) Dewan Komisaris
 - b) Direksi
 - c) Badan Audit yang terdiri dari anggota Dewan Komisaris dan pihak ekstern bank yang independent.
 - d) Komite-komite untuk membantu Direksi dalam penyusunan strategi, tujuan dan kebijakan perusahaan.

4.2. Gambaran Umum Kantor Cabang BRI di Kotamadya Banjarmasin

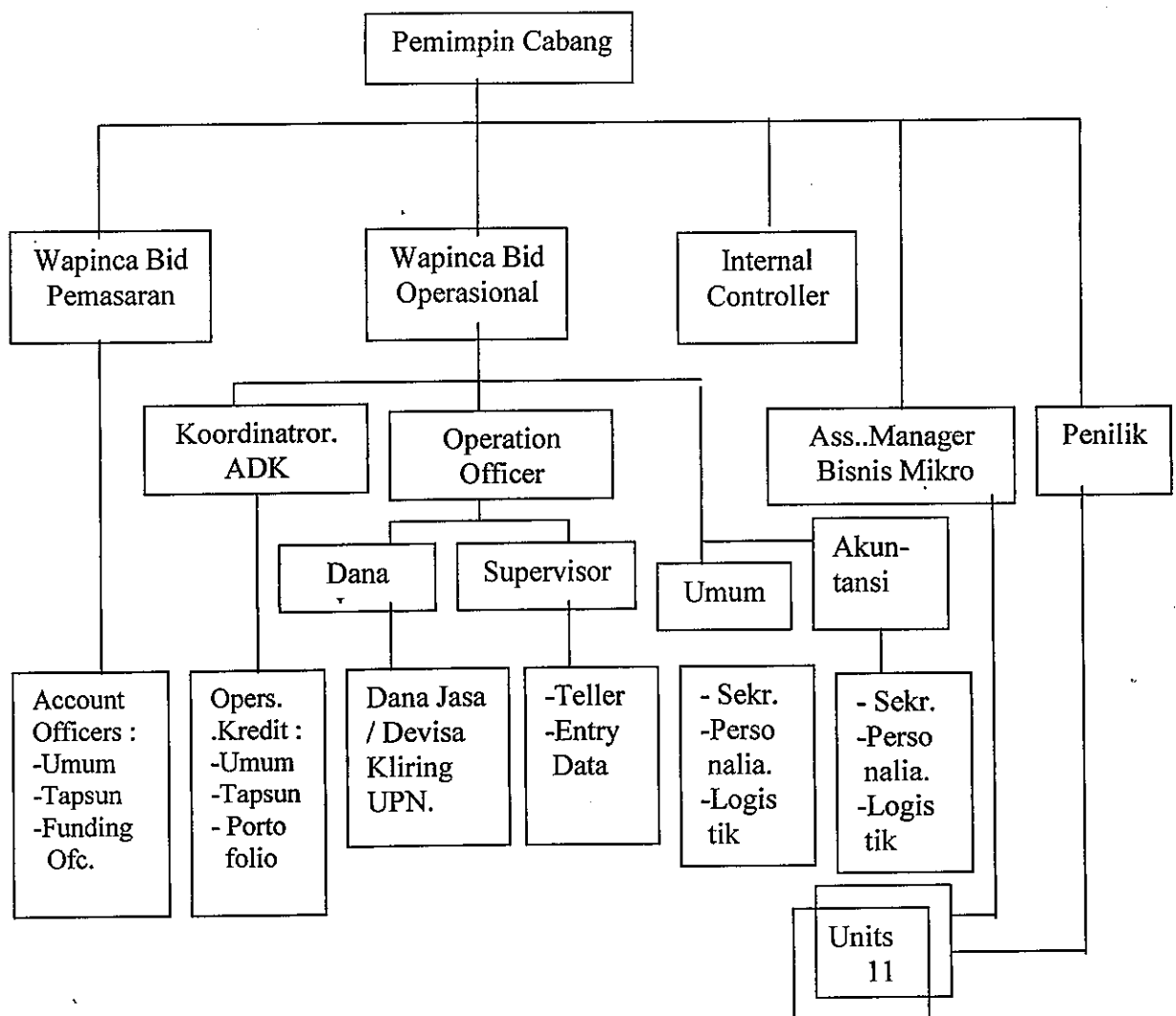
4.2.1. Struktur Organisasi

Organisasi Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin mengalami beberapa perubahan sebutan jabatan, dari penggunaan istilah bahasa asing kemudian beralih kembali ke Bahasa Indonesia, dan kembali lagi ke bahasa asing sesuai dengan

negara asal konsultan manajemen yang digunakan. Sebagian nama jabatan masih menggunakan bahasa asing, sebagian masih menggunakan bahasa Indonesia. Namun pada dasarnya tidak merubah arti dan fungsi dari jabatan dimaksud.

Adapun struktur organisasi Kanca BRI Banjarmasin seperti terlihat pada Gambar 4.1.

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia, Banjarmasin.



Sumber : Kanwil BRI Banjarmasin

4.2.2 Jasa Perbankan

Jasa-jasa perbankan yang diselenggarakan oleh Kantor Cabang BRI Banjarmasin meliputi simpanan, pinjaman dan jasa bank lainnya, yang diperinci sebagai berikut:

1) Simpanan; terdiri atas:

a) Giro BRI,

yaitu simpanan pihak ketiga bukan bank (masyarakat umum), atau bank lain pada BRI, baik dalam rupiah maupun dalam valuta asing, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, pemindah-bukuan (bilyet giro/BG) atau surat perintah membayar lainnya. Untuk giro dalam valuta asing kepada pemegang rekening tidak diberikan buku cek atau bilyet giro untuk penarikannya.

b) Deposito BRI (DEPOBRI)

Adalah simpanan pihak ketiga (masyarakat umum) kepada BRI baik dalam rupiah dan valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu, yaitu pada waktu atau setelah tanggal jatuh tempo. Setoran minimum Rp. 500.000,- sedangkan dalam valuta asing setoran minimal US\$. 1.000.-

c) *Deposito On Call* (DOC)

Merupakan simpanan atas nama bank (atau pihak III bukan bank) yang penarikannya hanya dapat dilaksanakan dengan syarat pemberitahuan

sebelumnya. DOC dapat diberikan untuk jangka waktu 7 hari sampai dengan 30 hari dan jika penarikan dilakukan kurang dari 7 hari nasabah tidak mendapatkan jasa bunga dan tidak dikenakan penalti.

d) Sertifikat Deposito BRI (SERTIBRI)

Adalah simpanan berjangka atas pembawa dalam rupiah yang dikeluarkan oleh BRI sebagai bukti simpanan yang dapat diperjual-belikan atau dipindah-tangankan kepada pihak ketiga. Pembayaran bunga dilakukan pada saat penyerahan nominal sertifikat sehingga nominal yang disetor adalah nominal sertifikat dikurangi bunga setelah diperhitungkan dengan pajak PPh 15 % yang bersifat final (*discounted*). SERTIBRI disediakan dengan pilihan nominal Rp. 1 Juta, Rp. 5 Juta, Rp. 10 Juta dan Rp. 25 Juta.

e) Tabungan (BRITAMA, SIMPEDES, SIMASKOT)

Britama adalah simpanan masyarakat perorangan maupun badan usaha di BRI Kantor Cabang, Kancapem BRI dan KKB BRI dalam bentuk rupiah yang penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat baik tunai atau melalui ATM BRI. Sedangkan tabungan SIMPEDES dan SIMASKOT hanya dilayani di BRI Unit.

f) Tabungan ONH-BRI

Merupakan tabungan persiapan Ibadah Haji, yaitu simpanan khusus bagi calon jemaah haji, baik bagi yang jadwal rencana keberangkatannya telah ditentukan maupun belum. Tabungan ini tidak diberikan bunga tetapi bagi hasil, dengan prosentase setara dengan bunga simpanan lain. Pada saat pendaftaran BPIH

penabung mendapat prioritas diutamakan untuk mendapat porsi sesuai dengan rencana tahun keberangkatannya.

2. Pinjaman

Dalam rangka mewujudkan sasaran usaha, serta berfungsi sebagai pusat keuntungan (*profit centre*) memfokuskan diri dalam pemberian kredit untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah, baik kepada kepada peminjam perorangan maupun badan hukum, yang diberikan secara langsung atau tidak langsung, melalui Koperasi, Lembaga Swadaya Masyarakat Sedangkan beberapa macam kredit yang diberikan antara lain:

- a) *Consumptive Loan* (Kredit Konsumtif), yaitu : pinjaman yang diberikan untuk keperluan konsumsi baik dalam bentuk barang atau jasa yang terdiri atas: Kredit kepada golongan berpenghasilan tetap (KRETAP), Kredit kepada Pensiunan (KRESUN), Kupede Golbertap, Kretap KPR, dan kredit kepada karyawan BRI dan Kredit dengan agunan *cash colateral* untuk tujuan konsumtif
- b) Kredit Program, yaitu kredit yang diberikan dalam rangka mendukung program pemerintah baik sebagai *executing* maupun *channeling bank*, yang sumber dananya baik sebagian atau seluruhnya berasal dari pemerintah, Bank Indonesia, Bank Dunia dan Lembaga Keuangan Asing lainnya.
- c) Kredit Kecil, antara lain: Kredit kecil Modal Kerja (KKM) dan Kredit Investasi Kecil (KKI), dan Kredit Kelayakan Usaha (KKU) Kupedes baik untuk modal kerja maupun untuk investasi.
- d) Kredit komersial, antara lain:

1. Modal Kerja antara lain: Kredit Modal Kerja (KMK) untuk Koperasi dan KMK komersial lainnya.
2. Investasi, antara lain: Kredit Investasi (KI) untuk koperasi dan KI lainnya.

e) Kredit umum Pedesaan (Kupedes)

1. Pengertian Kredit Umum Pedesaan yang selanjutnya disingkat Kupedes merupakan kredit yang dilayani di BRI Unit dan diberikan dalam mata uang rupiah. Kupedes adalah bersifat umum, individual, selektif dan bunga wajar yang bertujuan untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha mikro yang layak.
2. Batasan dan Ruang Lingkup.

Kupedes ini bisa diberikan kepada semua pembiayaan usaha mikro (microfinancing) di masyarakat dengan prosedur yang relatif mudah dan sederhana, sedangkan sektor yang dibiayai antara lain pertanian, perdagangan, industri, jasa dan golongan berpenghasilan tetap.

a. Plafond.

Besarnya plafond kupedes sampai dengan Rp.50.000.000,-

yang sumber pembayaran kembali kreditnya berasal dari cashflow usaha dan atau dari pendapatan tetap peminjam.

b. Jenis Kupedes (Eksploitasi).

Berdasarkan penggunaannya kupedes dapat dibagi dalam dua jenis yaitu:

1. Diberikan kepada pengusaha dan golongan berpenghasilan tetap sebagai tambahan dana/pembiayaan untuk mencukupi kebutuhan modal kerja

usahanya atau untuk membiayai keperluan konsumtif maupun non konsumtif.

2. Kupedes Investasi

Diberikan kepada pengusaha untuk pembiayaan pembangunan prasarana dan sarana atau peralatan produksi. Sedang bagi golongan berpenghasilan tetap kredit tersebut dapat digunakan untuk pembelian atau pembangunan rumah, pembelian kendaraan bermotor dan lain sebagainya yang bersifat produktif.

c. Suku Bunga Kupedes

Perhitungan suku bunga kupedes saat ini ditetapkan dengan perhitungan flat rate system yaitu bahwa bunga kupedes dihitung dari besarnya maksimum kredit mula-mula dan dibebankan sepanjang waktu kredit. Apabila nasabah dalam angsuran tersebut tertib maka akan mendapatkan Pengembalian Bunga Tepat Waktu (PBTW), tepat waktu dimaksud angsuran secara tertib dengan jadwal angsuran yang telah ditetapkan (tgl pencairan kredit) selambatnya 7 (tujuh) hari kerja sepanjang tidak meliwati akhir bulan.

d. Restitusi Bunga

Adalah pengembalian pembayaran angsuran bunga yang diberikan kepada nasabah sebagai akibat dari pembayaran maju lunas seluruh kewajiban sebelum jatuh tempo.

e. Biaya Kupedes

Biaya kupedes tidak dipungut baik untuk provisi maupun percetakan, kecuali biaya legalisasi, pembuatan SKMHT, pengikatan agunan (APHT) dan bea meterai sesuai dengan ketentuan.

f. Agunan.

f.1. Golongan Pengusaha

Pada prinsipnya bagi pengusaha yang menjadi calon nasabah Kupedes dipersyaratkan untuk dapat menyediakan agunan baik berupa barang tetap maupun berubah yang nilainya harus mengcover seluruh jumlah pinjamannya baik pokok maupun bunga.

f.2. Golongan Berpenghasilan Tetap, jaminan utama adalah gaji atau pensiun yang bersangkutan.

g. Sumber Dana Kupedes

g.1. Dana pemerintah berupa penyertaan modal, yaitu dana yang berasal dari kredit mini sebesar Rp.66,7 Miliar yang telah dikonversi menjadi modal BRI sejak tahun 1993.

g.2. Dana masyarakat yang berhasil dihimpun oleh BRI Unit

g.3. Dana dari akumulasi cadangan-cadangan yang dibentuk oleh BRI Unit

h. Sasaran Kupedes

Dalam pemberian Kupedes ada dua golongan masyarakat yang dijadikan sasaran, yaitu:

h.1. Golongan Pengusaha, yaitu semua pengusaha yang bergerak di berbagai sektor ekonomi yang ada dalam wilayah kerja BRI Unit.

h.2. Golongan Berpenghasilan Tetap (Golbertap)

Golbertap yang bisa dilayani Kupedes adalah :

- 2.1. Semua pegawai Negeri sebagaimana yang dimaksud dalam Peraturan Pemerintah (PP) No.6 Tahun 1974 Bab I Pasal I. Pegawai Negeri dimaksud adalah:
- 2.2 .Pegawai Negeri Sipil.
- 2.3. Anggota Tentara Nasional Indonesia dan Kepolisian.
- 2.4. Pensiunan dari pegawai golongan berpenghasilan tetap diatas.
- 2.5.Pegawai tetap dari perusahaan swasta

3. Jasa-jasa Bank lainnya terdiri dari:

a.) Transfer (TRANSEL)

Merupakan jasa pengiriman uang dalam nominal rupiah maupun valuta asing baik di dalam negeri maupun luar negeri.

b) Cek Perjalanan BRI (CEPEBRI)

Adalah Cek Perjalanan Bank Rakyat Indonesia, merupakan surat berharga yang diterbitkan dalam nilai rupiah dengan denominasi Rp. 25 ribu, Rp 50 ribu, Rp. 100 ribu, Rp. 250 ribu, Rp. 500 ribu, Rp 1 Juta, Rp 5 Juta dan Rp 10 Juta.

c) Inkaso/ *Collection*

Adalah penagihan oleh Bank yang bertindak untuk dan atas nama seseorang kepada pihak lain atas dasar suatu tagihan dalam bentuk surat berharg baik dalam negeri maupun keluar negeri.

d) Kliring

Adalah proses penyampaian suatu surat berharga yang belum merupakan suatu kewajiban bagi Bank, dimana surat berharga tersebut disampaikan (bank penarik), hingga adanya pengesahan oleh bank tertarik melalui lembaga kliring. Warkat atau surat berharga tersebut dalam valuta rupiah dan bernilai nominal penuh serta telah jatuh tempo pada waktu dikliringkan.

e) Penerimaan Setoran dan Pembayaran

Jasa-jasa penerimaan setoran dan pembayaran yang diselenggarakan antara lain adalah: pembayaran tagihan telepon, setoran ONH, penerimaan negara pajak dan PBB, setoran SIM dan denda tilang, bea siswa, pembayaran SPP Perguruan Tinggi dan pembayaran pensiunan.

f) Usaha Devisa

Yaitu kegiatan yang berhubungan dokumen ekspor dan impor serta perdagangan internasional baik yang dilaksanakan oleh nasabah yang memperoleh fasilitas kredit dalam rangka ekspor atau impor, juga kepada nasabah non pinjaman. Dalam aktivitas Devisa, jasa layanan *Money Changer* (Jual- beli Bank Notes) merupakan bagian dari Usaha Devisa.

4.3. Deskripsi Data

Data pada penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan dengan cara survey berupa sensus, yaitu mengunjungi dan melakukan wawancara pada para responden selanjutna diminta mengisi kuestioner yang telah disediakan , dengan waktu pengumpulan data 10 (sepuluh) hari yaitu mulai tanggal 24 Oktober 2002 sampai dengan 04 Nopember 2002. Kuestioner yang diajukan berisi 15 (limabelas) item

pertanyaan tentang ekspektasi dan 15 (limabelas) item pertanyaan tentang realitas persepsi nasabah terhadap pelayanan kredit Kupedes Golbertap di BRI Unit Wilayah kerja Kantor Cabang BRI Banjarmasin. Dari kuesioner yang telah disebarakan sebanyak 112 eksemplar, diperoleh jawaban yang layak untuk dianalisa sebanyak 108 eksemplar, 4 (empat) data gugur karena tidak dijawab dengan lengkap. Dengan demikian kuesioner yang diolah menjadi data penelitian adalah terdiri dari 108 responden. (n = 108).

Data primer tersebut yang berasal dari *gap* ekpektasi dan realita kepuasan nasabah dihitung berdasarkan perbandingan/ ratio yang selanjutnya dientri untuk ditabulasikan, diediting dan dilakukan pengkodean dengan menggunakan program MS exell 2000. Sedangkan analisis data untuk menguji hipotesis digunakan analisis validitas, reliabilitas serta analisis faktor melalui Kaiser-Meyer-Olikin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA) dan Bartlett's test's of Sphrecity, *Matrix*, *Communality* serta Uji Rotasi dengan *Method* *Varimax with Kaizer Normalization* yang terdapat dalam program SPSS for Windows Realese 11.0 dengan OS berbasis Window Me dan Window Xp.

4.3.1. Karakteristik Responden

Responden adalah eks-nasabah Kupedes Golbertap dari 11 BRI Unit di Wilayah Kerja Kantor Cabang BRI Banjarmasin. Sebagai pembanding korelatif dan kelengkapan analisa berikut kami sajikan dalam tabel 4.1, data sekunder berupa perkembangan Data Debitur Golbertap BRI Unit sejak tahun 1999 sampai dengan bulan September 2002.

Tabel 4.1 Data Debitur Golbertap BRI Unit Kanca Banjarmasin.

No.	Unit	1999	2000	Delta	2001	Delta	Sept' 02	Delta
1	Kuripan	255	330	75	374	44	379	5
2	Pasar lama	202	351	149	379	28	390	11
3	Teluk Dlm.	265	371	106	398	27	417	19
4	Banjar Selatan	76	105	29	126	21	130	4
5	Teluk Tiram	69	97	28	88	-9	84	-4
6	Trisakti	266	330	64	328	-2	313	-15
7	S. Parman	316	423	107	516	93	512	-4
8	A. Yani	154	277	123	314	37	317	3
9	Pasar Baru	54	97	43	112	15	121	9
10	Paal Satu	227	296	69	301	5	311	10
11	Veteran	0		0	91	91	82	-9
	Jumlah	1.884	2.677	793	3.027	350	3.056	29

Sumber : Kanca Bri Banjarmasin.

Tabel 4.1 menggambarkan adanya *negative-trend* terhadap delta jumlah nasabah Kupedes Golbertap, meskipun kumulatif terjadi peningkatan. Hal ini tentu saja jika tidak ditindak lanjuti dengan langkah manajemen yang tepat akan menurunkan *share* kontribusi pendapatan Kantor Cabang dari sektor Kupedes Golbertap. Delta tahun 2000 tercatat 42,09 %, namun pada tahun 2001 terjadi penurunan sebesar 29,02% menjadi 13,07% dari tahun 2000 dan puncak kurva hiperbol pada akhir September 2002, tercatat delta sebesar 0,96% yang berarti terjadi penurunan sebesar menjadi 28,06% dari tahun 2001. Dari sisi jumlah outstanding Kupedes disajikan dalam tabel 4.2. data sekunder berupa Data Outstanding Golbertap BRI Unit Kanca Banjarmasin.

Tabel 4.2. Data Outstanding Kupedes Golbertap BRI Unit Kanca BRI Banjarmasin.
(dalam Jutaan Rupiah)

No.	Unit	1999	2000	Delta	2001	Delta	Sept' 02	Delta
1	Kuripan	703.3	1,235.4	532.2	1,506.9	271.4	1,632.2	125.3
2	Pasar lama	513.9	1,185.8	671.9	1,262.5	76.7	1,310.6	48.1
3	Teluk Dlm.	546.4	983.9	437.5	1,190.1	206.1	1,380.3	190.2
4	Banjar Selatan	151.7	277.8	126.1	402.1	124.3	407.0	4.8
5	Teluk Tiram	208.6	394.2	185.6	353.2	-41.0	336.0	-17.2
6	Trisakti	730.5	1,096.0	365.6	1,290.6	194.6	1,379.2	88.6
7	S. Parman	409.7	768.2	358.4	1,374.4	606.2	1,476.2	101.8
8	A. Yani	404.3	931.3	527.0	1,106.3	175.0	1,221.9	115.6
9	Pasar Baru	173.4	426.5	253.1	470.7	44.2	598.3	127.6
10	Paal Satu	370.1	701.7	331.7	813.2	111.5	1,030.9	217.7
11	Veteran	0	0	0.0	396.2	396.2	401.2	5.0
	Jumlah	4,211.8	8,000.9	3,789.1	10,166.2	2,165.3	11,173.8	1,007.6

Sumber : data sekunder Kanca

Gambaran dari tabel 4.2 adalah terjadinya penurunan debitur Golbertap ternyata diikuti pula adanya penurunan outstanding pinjaman Kupedes Golbertap yaitu delta tahun 2001 sebesar 89.96 % turun menjadi 27,06% yang berarti terjadi penurunan delta sebesar 62,9 % dibanding tahun 2000, kemudian diikuti pada tahun berikutnya September 2002 sebesar 9.91% terjadi penurunan sebesar 17,15% dibanding tahun 2001.

4.3.2. Batasan Umur Responden

Batas penyebaran data umur responden berdasarkan tingkat usia responden tersaji dalam Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Batasan umur Responden

No	UMUR RESPONDEN	Hasil Survei	
		Frek	%
1	Dibawah 20 th	3	3
2	20 s/d 30 th	20	19
3	31 s/d 40 th	23	21
4	41 s/d 50 th	50	46
5	Diatas 51 th	12	11
Jumlah		108	100

Sumber: Data Primer Responden.

Terpapar dalam Tabel 4.3 tentang batasan umur responden menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna jasa Kupedes Golbertap BRI Unit di Wilayah Kanca BRI Banjarmasin berusia diantara 41 s/d 50 tahun yaitu sebesar 46% dari total responden, kemudian berusia diantara 31 s/d 40 tahun sebesar 23%, berusia 20 s/d 30 tahun sebesar 19 % dan lebih dari 51 tahun sebesar 11%, sedangkan yang berumur dibawah 20 tahun sangat kecil yaitu 3%..

2) Jenis Kelamin Responden

Guna memperjelas karakteristik responden disajikan batasan Jenis Kelamin yang tersaji dalam Tabel 4.4. berikut:

Tabel 4.4 Batasan Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN RESPONDEN		Hasil Survei	
		Frekwensi	%
1	Laki-laki	71	66
2	Wanita	37	34
Jumlah		108	100

Sumber: Data Primer Responden.

Tabel 4.4 menggambarkan bahwa pengguna Produk Kupedes Golbertap di BRI Unit adalah berjenis kelamin laki-laki yang merupakan pencari nafkah utama keluarga yaitu sebesar 66%.

3) Jenis Pekerjaan Responden

Identifikasi tentang lapangan pekerjaan responden ikut kami perhatikan karena berdasarkan data peminjam ini dapat diketahui distribusi nasabah kredit konsumtif sehingga bisa diperkirakan peluang yang masih ada dari potensi kredit konsumtif dalam wilayah kerja BRI Banjarmasin. Melalui Tabel 4.5. tersaji data tentang jenis pekerjaan responden.

Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan Responden

NO	JENIS PEKERJAAN	Hasil Survei	
		Frekwensi	%
1	Pegawai Negeri	106	98,14
2	Pegawai Swasta	2	1,86
Jumlah		75	100

Sumber: Data Primer Responden

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui status pekerjaan responden terbesar adalah pegawai negeri/ ABRI yaitu sebesar 98,14 % , dan responden yang berasal dari swasta yang mewakili data sebesar 1,86. Mengingat dikota Banjarmasin perusahaan Swasta cukup banyak maka untuk tahun mendatang BRI Banjarmasin harus lebih agresif dalam meningkatkan kerja sama pelayanan kredit Kupedes Golbertap untuk bisa memanfaatkan peluang yang ada.

4) Tingkat Penghasilan Per Bulan Responden

Tingkat penghasilan seseorang atau keluarga sangat berpengaruh terhadap kemampuan daya beli produk jasa serta kemampuan dalam melakukan investasi. Semakin besar penghasilan seseorang atau keluarga maka akan semakin tinggi kemampuan mengkonsumsi dan melakukan investasi. Guna membandingkan tingkat kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi dan melakukan investasi agar tersusun heterogenitas data, maka kami sajikan komposisi penghasilan responden perbulan dalam tabel 4.6.

Tabel 4.6 Komposisi Pendapatan/bulan Responden

No	Penghasilan/ bln (000)	Hasil Survei	
		Frekwensi	%
1	< Rp 500	41	37,96
2	> Rp 500 s/d Rp 1. 000	62	57,40
3	> Rp1.000 s/d 5.000	4	3,72
4	> Rp 5.000	1	0,92
Jumlah		108	100

Sumber: Data Primer Responden

Tabel 4.6 menggambarkan bahwa pengguna jasa Kupedes Golbertap didominasi responden yang berpenghasilan terbatas, yaitu antara Rp.500.000,- s/d Rp.1.000.000,- per bulan sebesar 57,49%, diikuti yang berpenghasilan rendah sebesar 37,96 %. Untuk responden menunjukkan prosentase yang kecil sehingga dimungkinkan bahwa pa golongan ini tingkat kemampuan responden ini melakukan investasi dan konsumsi kebutuhan keluarga relatif sudah tercukupi

4.4. Tanggapan Responden

Deskripsi data berdasarkan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diajukan pada Daftar Pertanyaan Penelitian, disajikan dalam bentuk lajur baris dan kolom satu per satu berdasarkan skor jawaban responden atas item pertanyaan (indikator) dari setiap variabel berupa pernyataan berjenjang keatas yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

Adapun untuk mengetahui secara keseluruhan tanggapan responden atas variabel penelitian, diperhitungkan berdasarkan rata-rata skor yang diperoleh dari semua item dan standar deviasi yang muncul atas jumlah skor tersebut. (lihat Lampiran....).

4.5. HASIL ANALISIS

4.5.1. Uji Validitas dan Realibilitas

Sebelum dilakukan analisa lebih lanjut, perlu dilakukan uji validitas untuk menguji sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. Dalam pengujian ini digunakan *correlation product moment* dari Pearson dengan bantuan komputer. Nilai *correlation* minimal 0,3 cukup *valid* (Saifudin Anwar, 1986)". Dalam penelitian ini setelah dilakukan uji vaiditas ternyata sebagian besar *total correlation* lebih besar dari 0,3 (terlampir) sehinga dapat disimpulkan bahwa alat

ukur yang digunakan (kuesioner) cukup *valid* (cukup cermat dan tepat) hanya satu yaitu variable keramah-tamahan dengan nilai total correlation $< 0,3$ sehingga dinyatakan tidak valid dan diabaikan dalam analisis selanjutnya .

Disamping itu juga dilakukan pengujian reliabilitas (uji keandalan), untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Hal ini terkait dengan kesalahan pengujian maupun kesalahan acak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan “koefisien alpha”. Apabila $\alpha > 0,6$, maka hasil pengukuran dianggap andal (Saifudin Anwar, 1996).

Dalam pengujian ini ternyata koefisien alpha sebesar 0,8227 dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran ini dapat dipercaya karena nilai koefisien $\alpha > 0,6$.

4.5.2. Analisis Faktor

Sebelum dilakukan analisis faktor, terlebih dahulu dilakukan pengujian kelayakan dengan menggunakan metode *Barlet Test of Sphercity* yang berfungsi untuk menguji keberadaan korelasi antar indikator. Analisis faktor terhadap penelitian ini menghasilkan score *Barlet Test of Sphercity* sebesar 606,153 dengan tingkat signifikasi (probabilitas kesalahan) sebesar 0,00001 atau kurang dari 1%. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan korelasi antar indikator yang diteliti signifikan pada tingkat signifikasi 0,00001 atau kurang dari 1%.

Ukuran lain yang dapat digunakan untuk melihat derajat korelasi antar indikator dan kelayakan penerapan analisa faktor adalah *Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequency (MSA)*. Index yang digunakan adalah 0 sampai dengan 1. Bila MSA menunjukkan antara 0,50 - 1 mengindikasikan bahwa analisa faktor layak diterapkan dan sebaliknya.

Dalam penelitian ini index MSA sebesar 0,756 (analisa factor kedua) secara teoritis MSA antara 0,70 – 0,80 akan dinilai mempunyai korelasi erat (Meritorious) dan dapat dikatakan baik. Dengan demikian indikator-indikator pada penelitian ini mempunyai korelasi yang erat.

Dari uraian-uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan analisa faktor untuk meneliti 15 indikator yang menjadi pertimbangan kualitas pelayanan nasabah kredit Kupedes Golbertap BRI dapat diterapkan.

Untuk mendapatkan hasil perhitungan analisa factor yang akurat dilakukan uji KMO-MSA dan Bartlett's Test sebanyak 2(dua) kali. Pada perhitungan pertama dilakukan dengan menggunakan 15 variabel, untuk memastikan apakah variable Keramaham yang gugur dalam uji validitas layak untuk ditinggal dalam pengujian selanjutnya. Hasil uji yang pertama membuktikan bahwa variable dengan nilai $\alpha < 0,3$ berada dibawah nilai KMO-MSA , yang berarti hanya mempunyai korelasi yang lemah dengan variabel lainnya.

Pengujian kedua menggunakan 14 variabel, hasilnya adalah semua nilai "*anti image correlation*" dengan angka diatas angka KMO MSA . Pada uji kedua ini semua angka variabel terdorong naik (korelasi semakin kuat).

Proses selanjutnya adalah melakukan ekstraksi data dengan menggunakan *methode principal component analysis* ". Proses ekstraksi ini bertujuan untuk melihat distribusi variabel yang mengelompok kedalam satu komunal yang saling berkorelasi.

Hasil uji ekstraksi ini akan menghasilkan "*component matrix*" berdasarkan angka *eigenvalue* yang telah disortasi dan di rangking mulai angka *eigenvalue* yang tertinggi. Komponen yang memiliki total *eigenvalue* >1.00 dianggap sangat korelatif.

Tahap selanjutnya adalah perhitungan *matrix faktor*, untuk mengelompokkan faktor berdasarkan *Factor Loading* setiap variabel. Hasil pengelompokan indikator-indikator yang berdasarkan *Factor Loading* dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut :

Tabel : 4.7. Hasil awal analisis faktor terhadap indikator yang dipertimbangkan dalam menilai kualitas pelayanan nasabah

Variabel	Communality	Factor	Initial Eigenvalues		
			Total	varian (%)	Cumulative (%)
DebPS	1,00000	1	4,475	31,964	31,964
Syart	1,00000	2	2,417	17,261	49,225
Pifond	1,00000	3	1,224	8,740	57,965
Jwaktu	1,00000	4	1,030	7,354	65,319
SkBunga	1,00000	5	0,933	6,666	71,985
Biya	1,00000	6	0,819	5,847	77,832
Lokasi	1,00000	7	0,703	5,019	82,851
Bmaju	1,00000	8	0,515	3,675	86,526
Restit	1,00000	9	0,451	3,219	89,745
Cept	1,00000	10	0,447	3,189	92,934
PKS	1,00000	11	0,326	2,330	95,264
Bendhw	1,00000	12	0,265	1,896	97,160
Janji	1,00000	14	0,224	1,599	98,759
Inform	1,00000	15	0,174	1,241	100,000
	Jumlah		14	100,000	

Jumlah faktor ditentukan berdasarkan nilai *Eigenvalue* dan kriteria *variance*. Apabila *Eigenvalue* lebih besar dari 1 (satu), maka dianggap signifikan.

Dengan berpedoman *Eigenvalue* lebih dari satu, data pada tabel tersebut di atas menunjukkan adanya 4 (empat) faktor yang dapat dipertimbangkan dalam menilai suatu kepuasan pelayanan. Keempat faktor tersebut mampu menyumbangkan, *comulative variance* 65,319%, berada di atas 60% dianggap memberikan hasil yang “*memuaskan*”.

Hasil perhitungan analisis faktor ini selanjutnya dilakukan pengelompokan faktor berdasarkan *loading factor* untuk setiap indikatornya. Hasil pengelompokan indikator yang berdasarkan *loading factor* dapat dilihat dalam tabel 4.8 berikut;

Tabel 4.8. Pengelompokan indikator menurut Loading Factor

Factor	Indikator	Factor Loading	Keterangan Indikator
F1	PKS	0.905	Perjanjian kerjasama antara bank dan instansi
	Restit	0.759	Restitusi bunga/ pengembalian bunga, bagi nasabah yang bayar maju
	SkBunga	0.752	Suku bunga kredit relatif wajar
	ByrMaju	0.707	Nasabah dapat meminjam kembali walaupun kredit belum lunas
F2	Cepat	0.758	Proses pelayanan relatif cepat
	JkWaktu	0.742	Nasabah dapat memilih jangka waktu kredit
	Plfond	0.698	Plafond kredit yang memadai
	Janji	0.623	Menepati janji
F3	Lokasi	0.806	Tempat pelayanan cukup representatif
	Inform	0.735	Kemudahan memperoleh informasi
	DebPS	0.726	Kredit dapat diberikan kepada pegawai negeri maupun swasta
F4	Biaya	0.753	Biaya kredit wajar

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLEMENTASI STRATEGIS

5.1. Kesimpulan

Dari 15 indikator kualitas pelayanan dalam penelitian analisa factor kepuasan pelayanan nasabah golbertap bri unit, ternyata setelah dilakukan uji reliabilitas dan validitas terdapat 1(satu) indikator yang tidak lolos dalam uji validitas dan reliabilitas yaitu variable “keramahan pelayanan”. Karena nilai alpha 0,2718 ($< 0,3$). Hasil analisa factor dari 14 indikator setelah direduksi menghasilkan 4 faktor dengan *commulative variance* sebesar 65,319% di atas 60% yang berarti sangat memuaskan untuk menjelaskan tugas indikator dalam penelitian ini.

Namun dari 14 indikator tersebut ternyata hanya 12 indikator yang lolos dalam uji *Rotasi Varimax* , sedangkan 2 indikator lainnya yaitu : rekomendasi bendaharawan instansi debitur, dan persyaratan kredit tidak masuk proses berikutnya karena hanya mempunyai *loading factor* $< 0,6$.

Selanjutnya hasil pengelompokan setelah proses reduksi dari 14 indikator adalah sebagai berikut :

1. Faktor 1 , yang terdiri dari 4 indikator yaitu : Indikator adanya PKS, restitusi bunga, suku bunga dan bayar maju yang mempunyai total *eigenvalue* 4,75 dengan varian sebesar 31,984. Dari 4(empat) indikator tersebut yang paling besar korelasinya terhadap factor 1 adalah indikator PKS dimana memiliki *Loading Faktor* sebesar 0.905 (terlihat dalam table 4.8)

Sedangkan apabila kita lihat dari tingkat kepuasan nasabah seperti terlihat dalam tabel 5.1, ternyata suku bunga kredit mempunyai tingkat kepuasan yang paling rendah sebesar 77%, sedangkan PKS mempunyai tingkat kepuasan sebesar 88%.

Dalam realitas yang ada bahwa dari keempat indikator tersebut yang paling penting untuk segera ditindak lanjuti oleh manajemen BRI adalah mengadakan pengkajian terhadap tingkat suku-bunga kredit. Sedangkan untuk indikator lainnya perlu diadakan penyempurnaan sehingga tingkat kepuasan mendekati harapan nasabah (100%). Untuk selanjutnya factor 1 ini kami sebut dengan “**Faktor pelayanan terhadap kualitas produk**”

2. Faktor 2, yang terdiri dari 4 indikator yaitu Kecepatan pelayanan, jangka waktu kredit, maksimum pinjaman, kepastian janji yang mempunyai total *eigenvalue* 2,417 dengan varian sebesar 17,261. Dari empat indikator tersebut yang memiliki *Loading factor* tertinggi adalah indikator Kecepatan Proses Pelayanan yaitu 0,758 (Tabel 4.8). Sedangkan jika kita lihat dari tingkat kepuasan nasabah (tabel 5.1), ternyata indikator maksimum plafond pinjaman mempunyai tingkat kepuasan paling rendah yaitu sebesar 87%. Sedangkan kecepatan pelayanan kredit mempunyai tingkat kepuasan yang paling besar yaitu 99%.

Sehingga dari factor 2 yang perlu segera ditindak lanjuti oleh pihak manajemen BRI adalah meninjau besarnya maksimum pinjaman yang bisa diberikan kepada nasabah kupedes golbertap berdasarkan tingkat penghasilan perbulan. Untuk selanjutnya factor 2 kami sebut dengan “**Faktor Sumber Daya manusia**”

3. Faktor 3, yang terdiri dari 3(tiga) indikator yaitu : Lokasi pelayanan, kemudahan informasi, debitur berasal dari instansi pemerintah maupun swasta, mempunyai

total *eigenvalue* sebesar 1,224 dengan varian sebesar 8,740. Dari ketiga indikator tersebut yang mempunyai korelasi terbesar terhadap factor 3 adalah tempat pelayanan yang representatif memiliki *loading factor* sebesar 0,806.(tabel 4.8). Sedangkan bila dilihat dari tingkat kepuasan nasabah yang paling rendah adalah Lokasi pelayanan yaitu sebesar 96 % (tabel 5.1). Sehingga indikator yang ada dalam factor 3 ini telah mendekati harapan dari nasabah, untuk itu kondisi yang ada pada saat ini perlu dijaga dan bila memungkinkan pihak manajemen BRI mengupayakan agar tingkat kepuasan dapat mencapai 100 % . Untuk selanjutnya faktor 3 ini disebut “ **factor kenyamanan pelayanan**”

4. Faktor 4, terdiri dari satu indikator yaitu biaya kredit yang memperoleh nilai *eigenvalue* sebesar 1.030 dengan varian sebesar 7,354. dengan tingkat kepuasan sebesar 92%.

Elemen biaya dalam indikator ini merupakan biaya yang dikeluarkan nasabah untuk biaya legalitas kredit yang besarnya ditentukan oleh pihak ketiga (Notaris). Himbauan kepada manajemen BRI untuk mengadakan pembicaraan dengan notaries dalam menentukan biaya yang wajar. Untuk selanjutnya factor ini disebut “**factor biaya kredit**” .

Adapun pengelompokkan dari uraian diatas yang menggambarkan keterkaitan antara hasil analisa faktor dengan hasil tabulasi data yang berupa tingkat kepuasan nasabah Kupedes Golbertap di Wilayah BRI Kanca Banjarmasin, seperti terlihat pada table 5.1 :

Tabel 5.1. Tingkat Kepuasan Nasabah

Kode	Faktor / Komunal	Nama Indikator	Rata-rata Tingkat Kepuasan
SkBunga	Faktor Pelayanan terhadap kualitas produk. (F1)	Suku bunga kredit wajar	77%
ByrMaju		Nasabah dapat pinjam kembali walau kredit belum lunas.	79%
Restit		Restitusi bunga	87%
PKS		Perjanjian kerjasama antara Bank dan Instansi	88%
Plafond	Faktor Sumber	Plafond Kredit yang memadai	87%
JkWaktu	Daya Manusia (F2).	Nasabah dapat memilh jangka waktu kredit	91%
Janji		Menepati Janji	91 %
Cepat		Proses pelayanan relatif cepat	99%
Lokasi	Faktor	Tempat Pelayanan cukup representatif	79%
DepPS	Kenyamanan Pelayanan	Kredit dapat diberikan pada pegawai negeri maupun swasta.	96%
Informasi		Kemudahan memperoleh informasi	97%
Biaya	Faktor Biaya pinjaman	Biaya Kredit wajar	92%

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut diatas, maka hipotesa adanya ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang berkaitan dengan suku bunga pinjaman, sumber daya

manusia lokasi pelayanan dan biaya pinjaman terbukti, karena dari tabel tersebut diatas diperoleh angka hasil penelitian tidak ada nilai ratio kepuasan yang mencapai angka 100% (memuaskan). Angka terendah kepuasannya dalam penelitian ini adalah indikator suku bunga pinjaman yang hanya mencapai 77% , sehingga suku bunga pinjaman ini merupakan indicator yang harus diprioritaskan segera ditindak-lanjuti oleh manajemen BRI disamping faktor lainnya.

5.2. Implementasi Strategis.

Implementasi strategis dari hasil penelitian ini yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Kupedes Golbertap khususnya di BRI Unit Wilayah Kanca Banjarmasin kami pilih beberapa variable dari 4 kelompok faktor hasil analisa yaitu variable yang mempunyai tingkat kepuasan paling rendah berdasarkan persepsi nasabah dan variabel tersebut masih memungkinkan untuk ditingkatkan oleh manajemen BRI , sedangkan variabel lain yang saat ini tingkat kepuasannya rendah namun sudah dilaksanakan oleh BRI tetap diperhatikan untuk ditingkatkan pelayanannya tetapi menjadi prioritas kedua. Adapun urutan implementasi strategi yang kami usulkan adalah sebagai berikut :

1. Dari faktor 1 , yaitu faktor kualitas produk agar BRI segera mengadakan pengkajian kembali atas suku bunga kredit Kupedes Golbertap dengan membandingkan terhadap suku bunga kredit serupa Bank Pesaing.
2. Dari faktor 2 , kami usulkan agar pembinaan SDM baik dalam pengetahuan Kemitraan maupun profesionalisme dalam memprediksi volume pekerjaan, waktu

yang tersedia serta keterkaitan dengan pihak ketiga / notaries terkordinasi dengan baik sehingga janji Bank kepada nasabah selalu ditepati,

3. Dari faktor 3, yaitu faktor kenyamanan pelayanan kami usulkan agar BRI Unit mempunyai Kantor milik sendiri yang letaknya strategis dengan tata letak ruang pelayanan yang memadai.
4. Dari faktor 4, yaitu faktor biaya , apabila beban biaya oleh Notaris yang dikenakan terhadap nasabah Kupedes Golbertap dinilai masih terlalu mahal , maka pihak manajemen BRI perlu mempertimbangkan agar biaya Notaris dapat disubsidi

5.3. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas dalam meningkatkan kepuasan pelayanan nasabah Kupedes Golbertap kami menyarankan kepada manajemen BRI antara lain sebagai berikut :

1. Langkah internal :

- Melakukan peninjauan Suku bunga Kredit dengan membandingkan terhadap suku bunga Bank Pesaing.
- Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia baik dari Petugas Marketing maupun Administrasi Kredit, sehingga kesepakatan waktu realisasi kredit dengan nasabah selalu tepat waktu.
- Mengupayakan BRI Unit agar mempunyai Kantor milik sendiri dan bila memungkinkan biaya Kupedes Golbertap sebagian bisa disubsidi oleh BRI.

2. Langkah eksternal

- Mengadakan monitoring / jumpa nasabah atau mengadakan survei secara periodic terhadap nasabah BRI sehingga mendapaty umpan balik secara langsung kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah, sehingga tidak terjadi kasus serupa .

Namun demikian dalam meningkatkan kualitas pelayanan tersebut diatas manajemen BRI harus tetap memperhitungkan faktor biaya dan pendapatan untuk meningkatkan laba, sehingga BRI akan lebih berkembang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Rakyat Indonesia, 1994. *Corporate Plan 1994-2000*. Jakarta, BRI Kantor Pusat (tidak dipublikasikan).
- Budi Santoso, 2002. "Analisa Faktor Yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam Mempersepsikan Kualitas Pelayanan" Tesis Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Cronin, J. Joseph, Jr. and Steven A. Taylor, 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, vol: 56 (July).
- _____, 1994. SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, vol: 58 (January).
- _____, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, 1997. Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Fandy Tjiptono, 1998. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Fandy Tjiptono, Singgih Tjiptono, 2001. " Riset Pemasaran " Elex Media Kumputindo, Jakarta.
- Frontein Marketing Reserch Consultant – SWA " Kecil ternyata lebih memuaskan " majalah SWA 2001.
- Garvin, David A., 1983. Quality on the Line. *Havard Business Review*, September-October.
- Hair, J.F, Anderson , R.E. Tatham, R.L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis (Fourthed)* New Jersey : Prentice Hall
- Husein Umar, 2002. " Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen " Bussines Research Center " Jakarta.

Kotler, Philip, 1995. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Salemba Empat-Prentice Hall.

MARS, 1993. *Studi Pasar Consumer Banking*, Jakarta.

Oliver, Richard, 1980. Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing* 57 (fall).

Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, no:49 (Fall).

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A., L.L., 1998. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Journal Marketing* Volby Number 1.

Saifudin Anwar, 1996. "Reliabilitas dan Validitas", Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

_____, 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, no:64 .

_____, 1994. Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, vol:58 (January).

Supranto. J, 1995. *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran*. 5th Ed, Jakarta, Lembaga Penerbitan FE UI.

_____, 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta, Rineka Cipta.

Singarimbun, 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta, Pustaka LP3ES.

Sutrisno Hadi, 1990. *Bimbingan Menulis Skripsi – Thesis*. Yogyakarta, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi.

Siegel, Sidney, 1997. *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Gramedia.

Sudjana, 1992. *Desain dan Analisis Eksperimen*. Bandung, Transito.

Sekaran, Uma, 1992. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 2nd, New York, John Wiley & Sons.

Taylor, Steven A and Thomas L. Baker, 1994. An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Consumer Satisfaction in the Formations of Consumer's Purchase Intentions. *Journal of Retailing*.

Thomas Trimurti J, 1999. "Analisis Perbedaan Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan Jasa dan Hubungannya Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia: Implikasi pada Strategi Pemasaran", Tesis Program Pasca Sarjana Undip Semarang.

Vincent Gazperz, 2001. *Total Quality Management*, Jakarta.

Zeithaml, et.al, 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, The Free Press.

**DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN
ANALISA FAKTOR KEPUASAN PELAYANAN NASABAH
KUPEDES GOLBERTAP BRI UNIT
DI WILAYAH KANTOR CABANG BRI BANJARMASIN**

Yth. Bapak / Ibu nasabah BRI :

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan dalam rangka upaya kami BRI untuk bisa lebih meningkatkan lagi pelayanan kredit Kupedes Golbertap di BRI Unit.

Demikian atas kesediaan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian :

Mohon jawaban atas pertanyaan yang diajukan diisi dengan membubuhkan tanda "check mark" (V) pada kolom jawaban yang telah tersedia dengan penjelasan sebagai berikut :

- | | |
|------------------------|-------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | : STS |
| 2. Tidak Setuju | : TS |
| 3. Netral | : N |
| 4. Setuju | : S |
| 5. Sangat Setuju | : SS |

Identitas Responden

- Usia Bapak / Ibu
 < 20 tahun 20 – 30 tahun > 30 – 40 tahun
 > 40 – 50 tahun > 50 tahun
- Jenis Kelamin
 Pria Wanita
- Pekerjaan :
 Pegawai Negeri Pegawai Swasta

4. Penghasilan Per Bulan

< 500.000

> 500.000 – 1.000.000

> 1.000.000 – 5.000.000

> 5.000.000

A. Kredit Kupedes Golbertap yang dilayani oleh BRI Unit dianggap BAIK apabila sebagai berikut :

No	Uraian Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dapat diberikan kepada Pegawai Pemerintah dan atau pegawai swasta.					
2.	Persyaratan mudah disiapkan oleh calon nasabah.					
3.	Maksimum pinjaman sesuai yang diharapkan oleh calon nasabah berdasarkan penghasilan per bulan.					
4.	Jangka waktu Pinjaman calon nasabah sesuai kebutuhannya, misal 1 tahun, 2 tahun, 3 tahun dan seterusnya.					
5.	Suku bunga terjangkau dan wajar					
6.	Biaya yang dikeluarkan oleh nasabah murah					
7.	Tempat pelayanan pinjaman representatif.					
8.	Diperkenankan untuk menambah plafond pinjaman walaupun kredit belum lunas / suplesi					
9.	Nasabah bayar maju dapat restitusi bunga.					
10.	Proses realisasi pinjaman cepat.					
11.	Petugas bank ramah, sopan, mudah berkomunikasi, dan mempunyai pengetahuan yang memadai.					
12.	Untuk pelayanan piunjaman ada perjanjian kerja sama (PKS) antara instansi/ perusahaan dan Bank					
13.	Persyaratan direkomendasi oleh atasan instansi /perusahaan sesuai PKS.					
14.	Janji bank direalisasikan tepat pada waktunya.					
15.	Informasi Kupedes Golbertap mudah diketahui oleh calon nasabah.					

B. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu realitas pelayanan atas kredit Kupedes Golbertap yang dilayani BRI Unit.

No	Uraian Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Dapat diberikan kepada Pegawai Pemerintah dan atau pegawai swasta.					
2.	Persyaratan mudah disiapkan oleh calon nasabah.					
3.	Maksimum pinjaman sesuai yang diharapkan oleh calon nasabah berdasarkan penghasilan per bulan.					
4.	Jangka waktu Pinjaman calon nasabah sesuai kebutuhannya, misal 1 tahun, 2 tahun, 3 tahun dan seterusnya.					
5.	Suku bunga terjangkau dan wajar					
6.	Biaya yang dikeluarkan oleh nasabah murah					
7.	Tempat pelayanan pinjaman representatif.					
8.	Diperkenankan untuk menambah plafond pinjaman walaupun kredit belum lunas / suplesi					
9.	Nasabah bayar maju dapat restitusi bunga.					
10.	Proses realisasi pinjaman cepat.					
11.	Petugas bank ramah, sopan, mudah berkomunikasi, dan mempunyai pengetahuan yang memadai.					
12.	Untuk pelayanan piunjaman ada perjanjian kerja sama (PKS) antara instansi/ perusahaan dan Bank					
13.	Persyaratan direkomendasi oleh atasan instansi /perusahaan sesuai PKS.					
14.	Janji bank direalisasikan tepat pada waktunya.					
15.	Informasi Kupedes Golbertap mudah diketahui oleh calon nasabah.					