



**STRATEGI KEPUASAN NASABAH DENGAN PEMBERIAN KREDIT
PADA BPR NUR SEMESTA INDAH CABANG JEMBER**

PROPOSAL SKRIPSI

Oleh :

SITI NUR JANNAH

NIM 110210301010

Dosen Pembimbing I : Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si

Dosem Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd, M.Pd

Dosen Penguji I : Drs. Pudjo Suharso, M.Pd

Dosen Penguji II : Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**STRATEGI KEPUASAN NASABAH DENGAN PEMBERIAN KREDIT PADA
BPR NUR SEMESTA INDAH CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas
Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh:

SITI NUR JANNAH

NIM 110210301010

Dosen Pembimbing I : Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si
Dosen Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
Dosen Penguji I : Drs. Pudjo Suharso, M.Pd
Dosen Penguji II : Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2015

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Abdurrahman dan Ibunda Aisah yang teramat saya sayangi, yang selama ini telah mencurahkan segenap kasih dan sayangannya dan tanpa henti selalu mendoakan demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
2. Kakak kandung saya Dian, kakak ipar saya Gita, atas semangat, bimbingan, dan do'a yang tiada henti-hentinya demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
3. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.
4. Bapak/Ibu Guruku ditingkat MI, SMP, dan SMA, Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi–FKIP-Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan.

MOTTO

Hidup itu bagaikan sebuah roda. Jika roda berputar setiap bagian dalam roda itu pasti akan pernah berada dibawah dan juga diatas. Tugasmu dalam hidup adalah terus membuat roda itu berputar melewati tanjakan. Dengan begitu, kau akan tetap berkemungkinan mendapatkan hidup diatas yang semakin ke atas.*)

* Mario Teguh

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Jannah

NIM : 110210301010

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Strategi BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Pemberian Kredit” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Desember 2015

Siti Nur Jannah

NIM. 110210301010

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KEPUASAN NASABAH DENGAN PEMBERIAN KREDIT PADA BPR NUR SEMESTA INDAH CABANG JEMBER

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh :

Nama : Siti Nur Jannah
NIM : 110210301010
Tahun Angkatan : 2011
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 05 Juni 1992
Jurusan / Prog. Studi : Pend.IPS/ Pend. Ekonomi

Disetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si
NIP. 196212311988021001

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 1801205 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Pemberian Kredit” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Desember 2015

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Umar H.M Saleh, M.Si
NIP. 196212311988021001

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 1801205 200604 2 001

Anggota

1. Drs. Pudjo Suharso, M.Si ()
NIP. 19591116 198601 1 001
2. Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd. ()
NIP. 19800827 200604 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 195405011983031005

RINGKASAN

Strategi BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Pemberian kredit; Siti Nur Jannah, 110210301010:49 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

BPR Nur Semesta Indah adalah salah satu perusahaan perbankan swasta yang kegiatan utama usahanya bergerak pada pemberian kredit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Terutama di daerah Jember banyak sekali kegiatan pengkreditan yang sejenis. Lokasi yang bertempat di pusat perkotaan, BPR NSI memberikan solusi berupa bantuan pinjaman berupa kredit untuk modal usaha mikro. Bank selalu menggunakan strategi-strategi tertentu dalam memberikan kredit kepada nasabah, dimana strategi lebih memfokuskan diri bagaimana nasabah puas dalam pemberian kredit. Strategi kepuasan nasabah merupakan strategi yang tujuannya untuk memuaskan para nasabah. Selain itu pelayanan yang ditonjolkan biasanya berupa sikap, keramahan dan kesabaran karyawan dalam melayani para nasabah maupun calon nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi BPR NSI cabang Jember dalam meningkatkan kepuasan nasabah ada lima aspek yaitu strategi *Relationship Marketing*, Strategi *Superior Customer Service*, Strategi *Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees*, Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif, dan Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Relationship marketing* yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember yaitu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, yaitu dengan menggunakan daftar nama nasabah, dengan cara pendekatan personal, kekeluargaan, dan melakukan pembinaan. Selain itu daftar nasabah digunakan untuk laporan internal dan eksternal selain itu juga untuk mengontrol dan penagihan bagi nasabah yang terlambat membayar. Strategi *superior customer service* yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember yaitu pelayanan yang cepat dengan menggunakan sistem *one day service* yaitu berusaha pelayanan 1 hari, pemberian nego bagi nasabah yang pinjam kredit dalam jumlah besar, dan pemberian toleransi waktu seperti tanggal merah serta dalam memberikan atau menawarkan pelayanan bisa lewat brosur, banner, dan spanduk.

Strategi unconditional guarantees/extraordinary guarantees merupakan pemberian garansi/jaminan kepada nasabah agar terpuaskan, yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember dalam memuaskan nasabah dengan kondisi ruangan yang nyaman, pelayanan ramah dan proses pencairan yang cepat. Strategi penanganan keluhan yang efektif yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember yaitu dengan menyediakan kotak saran, telepon dan bisa langsung datang ke BPR NSI cabang Jember. Strategi peningkatan kinerja yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember dengan pemberian pelatihan kepada karyawan, membentuk tim-tim kerja seperti tim marketing, tim operasional dan penagihan, melakukan pemantauan dan mengukur kepuasan nasabah dilihat dari sedikit nasabah yang komplin maka dikatakan baik, serta sistem penilaian kinerja.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Strategi BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan Pemberian Kredit”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Progam Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
4. Drs. Sutrisno Djadja, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Drs. Umar H.M Saleh, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, Titin Kartini S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II;
6. Semua dosen–dosen FKIP Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing dan memberikan pancaran ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Bapak Marwan selaku pimpinan BPR NSI cabang Jember, Ibu Erna selaku Bagian Accounting di BPR NSI cabang Jember, Bapak Wahyudi selaku Bagian Account Officer dan seluruh karyawan yang telah membantu kelancaran penelitian.
8. Para nasabah di BPR NSI cabang Jember yaitu Ibu Lilik, Bapak Dika, dan Bapak Abdul Wahar yang telah bersedia memberikan informasi.
9. Orang tua dan semua keluarga saya atas kasih sayang, doa dan

dukungannya.

10. Wahyu Harsono yang telah membantu dan tak henti-hentinya mendukung kepada saya.
11. Sahabat-sahabat terbaikku (Dwi Vivi Wahyu Nengtyas, Indah Mei Nur Laili, dan Vety Purnama Sari) yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
12. Teman-teman seperjuangan PE (Abidah Ervina Safitri, Ninik Sarofah, Tohirotul Maghfiroh, Helmiatul Hasabah, Dian Arum Ruslestari, Nurul Maidah, Dian Ika Puspita Sari, Beta Arin, dan Yayuk Aprilia) terima kasih atas bantuan, semangat dan do'anya selama ini.
13. Pihak-pihak yang telah banyak membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih untuk kalian semua.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Desember 2015

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSEMBAHAN | ii |
| MOTTO | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| HALAMANPERSETUJUAN | v |
| PENGESAHAN | vi |
| RINGKASAN | vii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2. Landasan Teori | 8 |
| 2.2.1. Bank Pengkreditan Rakyat..... | 8 |
| 2.2.2. Kegiatan Bank Pengkreditan Rakyat | 8 |
| 2.3. Strategi Kepuasan Pelanggan | 9 |
| 2.3.1. <i>Relationship Marketing</i> | 10 |
| 2.3.2. <i>Strategi Superior Customer Service</i> | 11 |
| 2.3.3. <i>Strategi Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees</i> | 12 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 2.3.4. | Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif..... | 14 |
| 2.3.5. | Strategi Peningkatan Kinerja..... | 16 |
| 2.4. | Kredit..... | 17 |
| 2.4.1. | Fungsi dan tujuan kredit..... | 18 |
| 2.4.2. | Manfaat kredit | 19 |
| 2.4.3. | Unsur-unsur pemberian kredit..... | 19 |
| 2.5. | Kerangka Berfikir | 21 |
| BAB 3. | METODE PENELITIAN..... | 22 |
| 3.1. | Rancangan Penelitian | 22 |
| 3.2. | Metode Penentuan Lokasi Penelitian..... | 22 |
| 3.3. | Penentuan Subjek dan Informan Penelitian | 23 |
| 3.4. | Definisi Operasional Konsep | 23 |
| 3.4.1. | Strategi Kepuasan Nasabah..... | 23 |
| 3.5. | Jenis Data dan Sumber Data | 25 |
| 3.5.1. | Jenis Data | 25 |
| 3.6. | Metode Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.6.1. | Metode Wawancara..... | 25 |
| 3.6.2. | Metode Observasi..... | 26 |
| 3.6.3. | Metode Dokumen..... | 26 |
| 3.7. | Teknik Analisis Data | 26 |
| BAB 4. | HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 28 |
| 4.1. | Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 28 |
| 4.1.1. | Visi, misi dan moto BPR Nur Semesta Indah..... | 29 |
| 4.1.2. | Struktur Organisasi | 30 |
| 4.1.3. | Tugas dan Fungsi Masing-Masing Bagian di BPR Nur Semesta Indah | 30 |
| 4.2. | Deskripsi Subjek dan Informan Penelitian..... | 32 |
| 4.2.1. | Subjek Penelitian..... | 32 |
| 4.2.2. | Informan Penelitian..... | 33 |
| 4.3. | Hasil penelitian | 33 |
| 4.3.1. | <i>Relationship Marketing</i> | 34 |
| 4.3.2. | <i>Strategi Superior Customer Service</i> | 35 |

| | | |
|----------------------|---|-----------|
| 4.3.3. | Strategi <i>Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees</i> | 37 |
| 4.3.4. | Strategi Penanganan Keluhan Yang Efektif..... | 37 |
| 4.3.4. | Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan | 38 |
| 4.4. | Pembahasan | 39 |
| BAB 5. | PENUTUP | 48 |
| 5.1. | Kesimpulan | 48 |
| 5.2. | Saran | 49 |
| DAFTAR BACAAN | | 50 |
| LAMPIRAN | | 52 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|---|
| Tabel 1.1 Pemberian kredit kepada nasabah di BPR NSI Cabang Jember | 3 |
|--|---|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian..... | 21 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... | 30 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Matriks Penelitian..... | 52 |
| Lampiran 2. Pedoman Penelitian | 53 |
| Lampiran 3. Pedoman Wawancara | 55 |
| Lampiran 4. Transkrip Hasil Wawancara..... | 59 |
| Lampiran 5. Surat Permohonan Izin Penelitian | 82 |
| Lampiran 6. Surat Telah Melakukan Penelitian..... | 83 |
| Lampiran 7. Lembar Konsultasi Pembimbing 1 | 84 |
| Lampiran 8. Lembar Konsultasi Pembimbing 2 | 85 |
| Lampiran 9. Photo-Photo Penelitian | 86 |
| Lampiran 10. Data Jumlah Pemberian Kredit Dan Jumlah Nasabah..... | 89 |
| Lampiran 11. Produk Kredit yang Dipasarkan Di BPR NSI Cabang Jember | 90 |
| Lampiran 12. Surat Permohonan Kredit | 91 |
| Lampiran 13. Denah Lokasi BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember | 92 |
| Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup..... | 93 |

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum pengertian bank adalah sebuah lembaga keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *Banknote*. Sedangkan menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi 3 kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Dalam kegiatan menyalurkan dana dan menghimpun dana yang merupakan kegiatan pokok bank sedangkan dalam memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana yaitu kegiatan mengumpulkan dana dari masyarakat, yaitu dengan menabung dan deposito. Kegiatan menyalurkan dana berupa pinjaman kepada masyarakat dan kegiatan jasa bank yaitu pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah.

Bank perkreditan Rakyat (BPR) merupakan salah satu jenis lembaga keuangan mikro (LKM) berbentuk bank yang kegiatan usahanya mengarah pada masyarakat ekonomi menengah kebawah yaitu memberikan kredit untuk usaha kecil seperti petani, pedagang, dan pengusaha kecil. Pengertian Bank Pengkredit Rakyat (BPR) menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 (dalam Kasmir, 2012:23) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya kegiatan BPR lebih terbatas dibandingkan dengan kegiatan bank umum dimana kegiatan BPR hanya dapat menghimpun dana dan menyalurkan dana selebihnya BPR dilarang menerima simpanan giro. BPR merupakan lembaga keuangan bank yang memberikan kemudahan pada masyarakat yang mengalami kesulitan dalam perekonomian, salah satunya yaitu di BPR NSI.

BPR NSI (Nur Semesta Indah) adalah salah satu perusahaan perbankan swasta yang kegiatan utama usahanya bergerak pada pemberian kredit usaha

mikro kecil dan menengah (UMKM), yang beralamat di Jl.A Yani no. 86 Jember. Produk/jasa yang ditawarkan di BPR NSI selain kredit yaitu dana masyarakat seperti tabungan dan deposito. Tabungan dan deposito merupakan produk yang berupa simpanan. Perbedaan antara tabungan dan deposito adalah deposito sifatnya mempunyai jangka waktu tertentu sedangkan tabungan adalah simpanan yang penarikannya bisa diambil kapan saja sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. BPR NSI dalam meningkatkan efisiensi dengan pengkreditannya mampu menarik simpati dari masyarakat dengan pelayanan yang cepat dan mudah. Persyaratan yang mudah dan tidak menyulitkan calon pengambil kredit itu yang menyebabkan BPR NSI selalu ramai dengan nasabah yang akan melakukan pinjaman. Beberapa persyaratan atau peraturan yang wajib dipenuhi seperti: KTP dan lolos dengan SID (Sistem Informasi Debitur). SID ini merupakan program dari BI (Bank Indonesia) yang digunakan untuk setiap bank melaporkan data nasabah dengan seperti itu bank-bank lain bisa melihat data nasabah tersebut, SID bisa dilihat di program internet. Beratnya resiko yang akan dihadapi diharuskan adanya jaminan sebagai syarat kredit. Jaminan diharapkan dapat meminimalisir resiko kredit macet yang akan ditanggung oleh pihak BPR NSI. Jaminan berupa BPKB, sertifikat, dan deposito (bagi yang melakukan deposito di BPR NSI).

Persyaratan yang mudah juga bunga yang diterima juga rendah yaitu sebesar 1.75% khusus untuk pedagang kecil skala mikro, sedangkan untuk petani sebesar 2,75%. Dari tahun ketahun BPR NSI selalu mengalami kenaikan nasabah dan kredit yang diberikan, sehingga selalu mengalami keuntungan atau hasil usahanya meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.1 pemberian kredit kepada nasabah di BPR NSI Cabang Jember

| No | Tahun | Jumlah Pemberian kredit |
|----|-------|-------------------------|
| 1 | 2010 | 15.163.050.000 |
| 2 | 2011 | 23.518.700.000 |
| 3 | 2012 | 24.354.800.000 |
| 4 | 2013 | 11.245.300.000 |
| 5 | 2014 | 8.695.950.000 |

Sumber :BPR Nur Semesta Indah (NSI) Cabang Jember

Tabel 1.1 menunjukkan pemberian kredit pada BPR NSI cabang Jember mengalami peningkatan setiap tahun dari tahun 2010 sampai 2012 sedangkan pada tahun 2013 dan 2014 mengalami penurunan dikarenakan pada tahun 2013 dan 2014 terjadi pergantian kepala cabang. Kepala cabang yang sekarang lebih selektif persyaratannya lebih ketat, pada tahun 2013 dan 2014 lebih fokus kepenagihan dibandingkan dengan pemberian kreditnya karena dilihat dari kolektifitasnya banyak yang kurang lancar dan faktor lain pada bulan-bulan tertentu pada saat panen banyak yang melunasi dan jarang yang mengambil karena sudah bisa balik modal dan tidak pinjam lagi. Tahun 2013 dan 2014 turun karena sedikit kredit yang diberikan tapi banyak yang masuk (mengansur dan melunasi). Adanya BPR pada masa sekarang ini, diharapkan mampu memberikan efek yang sangat kuat dalam menjalankan misi dan dapat mengurangi atau membantu pedagang kecil.

Pedagang kecil seperti usaha produksi konsumsi, pedagang kaki lima, aksesoris, warung kecil dan sebagainya, terutama di daerah Jember banyak sekali kegiatan pengkreditan yang sejenis, berbeda dengan orang yang ada di daerah tepi perkotaan yang sebagian besar mata pencaharian mereka bertani. Lokasi yang bertempat di pusat perkotaan, BPR NSI memberikan solusi berupa bantuan pinjaman berupa kredit untuk modal usaha mikro.

Bank selalu menggunakan strategi-strategi tertentu dalam memberikan kredit kepada nasabah, dimana strategi lebih mengfokuskan diri bagaimana nasabah puas dalam pemberian kredit. Strategi-strategi yang selalu menjadi pilihan perbankan yang dapat dilakukan oleh bank yaitu strategi pemasaran,

strategi pengembangan, strategi kepuasan pelanggan dan lain sebagainya. Berdasarkan semua strategi yang menjadi pilihan bank yang paling menonjol yaitu strategi kepuasan pelanggan. Strategi kepuasan pelanggan merupakan strategi yang tujuannya untuk memuaskan para nasabah. Selain itu pelayanan yang ditonjolkan biasanya berupa sikap, keramahan dan kesabaran karyawan dalam melayani para nasabah maupun calon nasabah. Menggunakan strategi kepuasan pelanggan yang dapat memberikan beberapa manfaat yaitu diantaranya nasabah akan setia dan tidak berpaling ke perusahaan lain, dapat mempertahankan perusahaan dan mampu mengatasi persaingan. Kesetiaan dapat diperoleh melalui kepuasan yang diterima nasabah. Tujuannya memberikan strategi untuk dapat meraih kepuasan nasabah sehingga nasabah loyal dan nasabah dapat mengajak nasabah baru untuk mengambil kredit.

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dalam suatu perusahaan karena tanpa nasabah perusahaan tidak akan pernah ada. Tanpa nasabah perusahaan tidak akan punya apa-apa, karena kunci keuntungan terdapat pada nasabah. Salah satu untuk bisa memuaskan nasabah yaitu dengan cara memusatkan perhatian pada kebutuhan nasabah. Dengan nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan timbul kesetiaan nasabah di perusahaan tersebut. Kesetiaan nasabah tidak dapat dibeli, kesetiaan nasabah tidak dapat dipaksakan, karena kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu, kesetiaan nasabah terwujud bukan karena berupa nilai uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan karena kesetiaan datangannya dari lubuk hati dari tulusnya hati nurani akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan oleh nasabah. Mempertahankan nasabah lebih mudah dibandingkan dengan mencari nasabah yang baru. Nasabah yang baru lebih sulit sebab perlu ekstra kerja keras dan membutuhkan tenaga, membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan waktu.

Strategi meningkatkan kepuasan nasabah dalam memberikan kredit pada nasabah merupakan upaya untuk meningkatkan penyaluran kredit dengan cara memberikan kemudahan persyaratan pengajuan kredit, kemudahan komunikasi dan sikap bersahabat dari karyawan. Adanya peningkatan dari tahun ke tahun

dalam penyaluran kredit yang merupakan hasil BPR NSI dalam mengimplementasikan strategi kepuasan nasabah untuk dapat menciptakan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan kerjasama diantara tim pemasaran untuk dapat meraih pemberian kredit tertinggi dengan memberikan pelayanan kredit terbaik yang menjadi dasar kekuatan bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi kepuasan nasabah. Perusahaan berupaya untuk menginformasikan keunggulan penyaluran kredit kepada nasabah agar dapat menarik minat masyarakat menjadi nasabah pengguna kredit. Karena itu tugas utama perusahaan, terutama diperusahaan jasa adalah menarik dan mempertahankan nasabah. Nasabah merasa puas dengan strategi yang diberikan otomatis nasabah akan senang dan tetap setia untuk mengambil kredit di BPR. Kepuasan yang diterima maka berdampak positif bagi BPR yaitu berhubungan baik dengan nasabah, nasabah akan setia dalam mengambil kredit di BPR, nasabah bisa merekomendasikan BPR kepada orang lain tanpa bersusah payah mencari calon nasabah baru.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas tersebut, Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Kepuasan Nasabah dalam Pemberian Kredit pada BPR Nur Semesta Indah Cabang Jember.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi yang dilakukan BPR Nur Semesta Indah cabang Jember dalam memberikan kredit agar memuaskan nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Mendeskripsikan strategi BPR Nur Semesta Indah cabang Jember dalam pemberian kredit untuk memuaskan nasabah

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi perguruan tinggi
Hasil dari penelitian ini akan menjadi tambahan referensi dan merupakan salah satu perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi
2. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai strategi dalam memberikan kredit agar nasabah puas
3. Bagi peneliti lain
Sebagai bahan acuan, referensi dan perbandingan untuk penelitian yang sejenis
4. Bagi BPR NSI
Memberikan informasi dan bahan masukan yang bermanfaat bagi BPR dan untuk menentukan strategi yang tepat dilakukan agar nasabah tetap loyal

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka atau kajian teori yang berkaitan judul penelitian yang sejenis. Adapun peninjauan pustaka dalam penelitian ini secara sistematis meliputi: tinjauan penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berfikir

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian sejenis yang dilakukan oleh Yesi Novita Sari (2013) dengan judul penelitian Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada Devisi Kredit Multiguna PT Bank Jatim Cabang Madiun. Berdasarkan analisis yang dilakukan tersebut diperoleh hasil bahwa dalam memberikan kredit PT Bank Jatim menggunakan strategi pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu antara lain strategi *relationship marketing*, strategi *superior customer service*, strategi *unconditional guarantees*, strategi penanganan keluhan yang efektif dan strategi peningkatan kinerja perusahaan.

Penelitian lain selanjutnya yang dilakukan oleh Hardita Wahyu Citra Sari (2010) dengan judul penelitian Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Blimbing. Berdasarkan analisis yang dilakukan tersebut diperoleh hasil bahwa strategi pelayanan yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu Strategi *extraordinary guarantees*, Strategi peningkatan kinerja perusahaan, dan Menetapkan *quality function deployment*.

Kontribusi penelitian terdahulu bagi penelitian sekarang adalah dapat memberikan pandangan untuk mengetahui strategi kepuasan pelanggan dalam memberikan kredit kepada nasabah di BPR NSI (Nur Semesta Indah) cabang Jember, serta sebagai bahan acuan dan pertimbangan berfikir bagi peneliti yang bisa digunakan untuk memperkuat penelitian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Bank Pengkreditan Rakyat

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) merupakan jenis lembaga keuangan bank yang kegiatannya menghimpun dana masyarakat seperti tabungan dan deposito dan menyalurkan dana seperti kredit. Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 (dalam Subagyo, 2002:118) Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) adalah yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Menurut Hendro dan Rahardja (2014:217) UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, kedudukan BPR setara dengan bank umum, namun dengan kegiatan operasional yang lebih terbatas. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa BPR merupakan jenis bank yang kegiatannya terbatas dibandingkan dengan bank umum.

2.2.2 Kegiatan Bank Pengkreditan Rakyat

Kegiatan perbankan yang dilakukan oleh Bank Pengkreditan Rakyat jauh lebih terbatas dibandingkan dengan aktivitas bank umum. Menurut Hendro dan Rahardja (2014:218) BPR dibatasi oleh berbagai persyaratan, sehingga tidak dapat berbuat seeluluasa bank umum. Keterbatasan kegiatan BPR ini sebenarnya terkait dengan misi pendirian BPR itu sendiri dalam praktiknya kegiatan BPR meliputi:

1. Menghimpun dana masyarakat hanya dalam bentuk simpanan berupa tabungan deposito berjangka dan bentuk lain yang dapat dipersamakan dengan tabungan atau deposito berjangka.
2. Menempatkan dana pada sertifikat BI (SBI), deposito berjangka dan/atau tabungan pada bank lain.
3. Menyalurkan dana berbentuk dana kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.
4. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah sesuai ketentuan BI.

Karena keterbatasan yang dimiliki BPR, maka terdapat beberapa larangan terhadap praktik perbankan meliputi:

1. Menerima simpanan giro.
2. Mengikuti kliring (lalu lintas pembayaran)
3. BPR dilarang melakukan kegiatan valuta asing, namun jika mampu memenuhi ketentuan BI, maka BPR dapat menjalankan fungsi sebagai pedagang valuta asing
4. Melakukan kegiatan peransuransian
5. Melakukan kegiatan usaha diluar yang ditetapkan oleh BI

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) kegiatannya hanya menghimpun dana masyarakat dengan menawarkan tabungan dan deposito. Kegiatan selanjutnya yaitu menyalurkan dana masyarakat kepada orang yang membutuhkannya yaitu pada umumnya dalam bentuk kredit. Kredit yang diberikan oleh BPR seperti kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.

2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan harapan setiap orang. Untuk mendapatkan kepuasan setiap orang itu maka diperlukan suatu unsur/institusi yang memberikannya, oleh sebab itu untuk memaksimalkan kepuasan maka diperlukan suatu strategi, salah satunya strategi kepuasan pelanggan. Strategi kepuasan pelanggan merupakan suatu taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan agar kebutuhan pelanggan terpenuhi baik dari produk maupun jasa sehingga tercipta rasa nyaman dan senang. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 2000:161) kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang merupakan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Menurut Mudie dan Cottam (dalam Nurlinda, 2013:8-10) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak akan tercapai walaupun hanya sementara waktu, tetapi upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Menurut Tjiptono (2000:161) pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usaha merebut pelanggan suatu perusahaan. Menurut Tjiptono (2000:161-170) ada beberapa strategi dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu diantaranya

relationship marketing, strategi *superior customer service*, strategi *unconditional guarantees/extraordinary guarantees*, strategi penanganan keluhan yang efektif, strategi peningkatan kinerja perusahaan dan *quality function deployment*. Sedangkan menurut Mudie dan Cottam (dalam Nurlinda, 2013:8-10) menyatakan beberapa strategi yang dapat dilakukan dan dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah *relationship marketing*, strategi *superior customer service*, strategi *unconditional guarantees/extraordinary guarantees*, strategi penanganan keluhan yang efektif dan strategi peningkatan kinerja perusahaan.

Berdasarkan dua pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi kepuasan pelanggan adalah sama, oleh karena itu peneliti mengambil lima meliputi: *relationship marketing*, strategi *superior customer service*, strategi *unconditional guarantees*, strategi penanganan keluhan yang efektif dan strategi peningkatan kinerja perusahaan.

2.3.1 Relationship Marketing

Menarik, memelihara, dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Menurut McKenna (dalam Tjiptono, 2005:134) strategi dimana pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan tidak berakhir setelah penjualan selesai. Selain itu menurut Jacson (dalam Tjiptono, 2005:134) dengan menjalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).

Menurut Goni (dalam Tjiptono, 2005:134) agar *relationship marketing* dapat di implementasikan perlu dibentuk *customer database* yaitu daftar nama pelanggan yang oleh perusahaan yang dianggap perlu dibina hubungan jangka panjang dengan mereka. Menurut Yajid (2008:81) *database* konsumen yang didesain dengan baik juga merupakan pondasi bagi strategi mempertahankan hubungan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, dapat disimpulkan strategi *relationship marketing* identik dengan hubungan baik dengan nasabah secara

terus-menerus sehingga menciptakan hubungan jangka panjang. Agar hubungan tetap terjaga maka perlu dibutuhkan daftar nama nasabah. Indikator dalam daftar nama nasabah ini meliputi identitas nasabah (nama, alamat, nomor telepon), dan mencakup hal-hal penting jumlah pemberian kredit, frekuensi, preferensi dan informasi segmentasi yang relevan seperti demografis, gaya hidup, dan pola penggunaan. Dengan adanya database nasabah dapat memberikan informasi seperti yang diharapkan perusahaan agar bisa memuaskan para nasabahnya dengan baik, sehingga pada saatnya dapat menumbuhkan loyalitas nasabah sehingga terjadi pembelian ulang. Disamping itu perusahaan bisa merancang jasa khusus yang disesuaikan kebutuhan dan keinginan nasabah dan sebagai pondasi yang kokoh untuk membina hubungan jangka panjang dengan nasabah. Jika ada nasabah yang meninggalkan perusahaan, informasi tentang berakhinya hubungan nasabah dengan organisasi tersebut juga akan ada dalam nama nasabah.

2.3.2 Strategi *Superior Customer Service*

Strategi ini berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dari pesaing lainnya. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 2005:135) menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Menurut Tjiptono (2000:162) untuk mewujudkan strategi ini maka membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih. Dengan semuanya itu agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah membutuhkan biaya yang besar, kemampuan sumber daya manusia yang unggul serta memiliki usaha yang gigih contohnya seperti promosi perkenalan produk, presentasi produk, penyebaran brosur, acara promosi penjualan, dan iklan. Semuanya membutuhkan biaya, waktu, dan usaha serta tenaga yang tidak sedikit. Setiap perusahaan pasti berusaha menawarkan pelayanan yang terbaik demi kelangsungan perusahaanya agar bisa bersaing dengan perusahaan lain, disamping itu juga merebut hati nasabah untuk bisa tetap memilih perusahaanya. Perusahaan dengan menggunakan pelayanan

superior akan meraih laba dan tingkat pertumbuhan yang lebih besar daripada pesaingnya yang memberikan pelayanan inferior.

2.3.3 Strategi *Unconditional Guarantees/Extraordinary Guarantees*

Strategi untuk memberikan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah setelah nasabah tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Menurut Hart (dalam Tjiptono, 2005:136) komitmen untuk memberikan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber kepercayaan penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Menurut Tjiptono (2000:162) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan jasa dapat mengembangkan *augmented service* terhadap *core service*-nya, misalnya dengan merancang garansi tertentu atau dengan memberikan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah dengan baik.

Menurut Tjiptono (2005:136) garansi atau jaminan istimewa atau mutlak dirancang untuk meringankan resiko atau kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayarkan. Menurut Nurlinda (2013:9) fungsi utama garansi adalah:

- a. Untuk mengurangi resiko kerugian pelanggan sebelum dan sesudah pembelian produk atau jasa sekaligus memaksa perusahaan bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas pelanggan.
- b. Sebagai alat positioning untuk membedakan perusahaan dengan pesaingnya.

Menurut Tjiptono (2000:163) Garansi diberikan dalam dua bentuk yang disesuaikan dengan jenis pelanggan, yaitu:

- a. Garansi Internal, merupakan jaminan atau janji yang diberikan suatu departemen atau orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performa pekerja/perusahaan, yaitu orang-orang atau pengguna produk yang berada didalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju dan mundurnya perusahaan. Garansi ini dilandaskan pada komitmen untuk memberikan

pelayanan terbaik, tepat waktu, akurat, jujur dan sungguh-sungguh. Contoh: bagian-bagian pembelian, produksi, penjualan, pembayaran gaji, rekrutmen, dan karyawan. Seperti: bagian pembayaran gaji harus memandang karyawan yang akan dibayar gajinya sebagai pelanggan yang harus dipuaskan seperti menerima pembayaran gaji tepat waktu dan tepat jumlah, tanpa kesalahan administrasi.

- b. Garansi eksternal, merupakan jaminan yang dibuat perusahaan kepada pelanggan eksternalnya, yaitu setiap orang/kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata.

Garansi yang baik perlu memenuhi beberapa kriteria, diantaranya:

1. Realistis dan dinyatakan secara spesifik
2. Sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami
3. Mudah diperoleh atau diterima pelanggan
4. Tidak membebani pelanggan dengan syarat yang bermacam-macam
5. Terpercaya (*credible*)
6. Berfokus pada kebutuhan pelanggan
7. Sungguh berarti, artinya disertai ganti rugi atau bayaran yang signifikan dan disesuaikan dengan harga jasa yang dibeli, tingkat keseriusan masalah yang dihadapi dan persepsi para pelanggan terhadap apa yang adil bagi mereka
8. Memberikan standar kinerja yang jelas

Pelayanan yang diberikan khususnya diperusahaan jasa dalam memberikan suatu garansi atau jaminan yang tujuan utamanya untuk memuaskan nasabah. Dengan merancang garansi maka dapat meminimalisir nasabah yang tidak puas dengan apa yang diberikan baik dari produk maupun jasa.

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa Strategi untuk memberikan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah

setelah nasabah tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Garansi diberikan sesuai dengan jenis pelanggannya yaitu:

- 1) Garansi internal
- 2) Garansi eksternal

2.3.4 Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif

Cara dalam menangani dan menyikapi keluhan nasabah yang tidak puas sehingga menjadi puas. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 2005:137) penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi). Menangani keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang nasabah yang tidak puas menjadi puas, sehingga nasabah akan tetap setia menjadi nasabah di perusahaan. Menurut Mudie dan Cottam (dalam Tjiptono, 2000:164) manfaat lainnya adalah:

1. Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang kecewa
2. Penyedia jasa bisa terhindar dari publisitas negatif
Apabila pelanggan tidak puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan mereka akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain (keluarga, teman, dan sejawat) sehingga citra buruk perusahaan akan berkembang dan ini akan sangat merugikan perusahaan.
3. Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanan saat ini
4. Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya
5. Karyawan dapat termotifikasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas lebih tinggi

Proses penanganan keluhan yang efektif langkah awal yaitu diidentifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan nasabah tidak puas dan mengeluh. Dalam mengidentifikasi merupakan hal yang sangat penting untuk bisa mengetahui dan menentukan langkah-langkah selanjutnya. Sumber masalah yang menyebabkan nasabah tidak puas harus cepat diatasi, ditindak

lanjuti, dan diupayakan agar dimasa mendatang tidak timbul masalah yang sama. Penanganan keluhan nasabah perlu adanya kecepatan dan ketepatan penanganan, karena jika keluhan tidak cepat ditangani ketidakpuasan nasabah akan semakin besar dan nasabah akan beralih keperusahaan lain. Paling penting bagi nasabah adalah pihak perusahaan harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan, dan penyesalannya terhadap kecewanya nasabah dan berusaha memperbaiki situasi. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono 2000:166) ada empat aspek penting dalam menangani keluhan yaitu:

1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Pada saat menghadapi nasabah yang marah, perusahaan perlu bersikap empati, sebab jika tidak situasi maka akan semakin sulit. Oleh karena itu perlu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan nasabah dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah. Maka permasalahan yang dihadapi nasabah menjadi jelas sehingga dapat memecahkan permasalahan yang dihadapinya dan dapat diupayakan bersama.

2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Dalam menangani keluhan nasabah kecepatan merupakan hal yang sangat penting. Jika keluhan nasabah tidak segera ditanggapi maka nasabah akan merasa tidak puas terhadap perusahaan akan berdampak negatif dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan jika keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka nasabah akan merasa puas. Apabila nasabah puas dengan cara penanganan keluhan maka besar kemungkinannya nasabah akan menjadi nasabah perusahaan kembali.

Menurut Naumann dan Giel (dalam Tjiptono, 2000:166) hasil penelitian Technical Assistance Research Programs menunjukkan bahwa:

- 1) 70-90% pelanggan yang menyampaikan keluhan akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila ia puas dengan cara penanganan keluhannya.
- 2) 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan keluhan yang akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

- 3) Hanya 10-30% pelanggan yang memiliki masalah (tetapi tidak menyampaikan keluhan atau meminta bantuan) akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/ keluhan
Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya yaitu situasi *win-win* sehingga pihak pelanggan dan pihak perusahaan jasa sama-sama diuntungkan.
4. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.
Memberikan kemudahan kepada nasabah sangat penting, agar nasabah bisa menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan dan keluhannya. Agar nasabah dapat menyampaikan keluh kesahnya maka dibutuhkan adanya cara yang mudah dan relatif tidak mahal. bila perlu dan memungkinkan suatu perusahaan menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hot line service*) untuk menampung keluhan nasabah atau manfaat E-mail di jaringan internet (dengan membuka *site* atau *homepage* di world Wide Web).

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan dalam menangani keluhan nasabah harus diidentifikasi, diatasi dan ditindak lanjuti. Selain itu yang terpenting perusahaan harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan dan penyesalan.

2.3.5 Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standart yang sudah ditetapkan. Cara yang dilakukan perusahaan demi meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Tjiptono (2000:169) upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan antara lain:

1. Menyempurnakan proses dan produk (jasa) melalui upaya perbaikan berkesinambungan dan patok duga (*benchmarking*) dalam penyempurnaan tersebut, setiap karyawan ikut dilibatkan

2. Apabila perusahaan membutuhkan perubahan dan pembenahan yang bersifat fundamental, dramatis, dan radikal maka perusahaan perlu menerapkan *Business Process Reengineering* (BPR) melalui BPR diharapkan perusahaan mampu melayani konsumen lebih cepat, lebih efisien, lebih memuaskan dan lebih berkualitas
3. Melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan nasabah secara berkesinambungan.
4. Memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada setiap jajaran manajemen dan karyawan
5. Sistem penilaian kinerja, penghargaan, dan promosi karyawan didasarkan atas kontribusi mereka (baik secara individual maupun tim) dalam usaha peningkatan kualitas, penciptaan *customer value* dan *customer satisfaction* secara berkelanjutan. nasabah eksternal juga dapat dilibatkan dalam menilai prestasi karyawan, misalnya aspek layanan nasabah (*customer service*).

Peningkatan kinerja yang dilakukan diperusahaan tujuannya untuk bisa menciptakan kepuasan nasabah. Peningkatan kinerja merupakan kekuatan dalam sebuah perusahaan untuk selalu siap dalam menghadapi setiap ancaman baik dari dalam maupun dari luar perusahaan.

2.4 Kredit

Kredit merupakan salah satu kegiatan bank menyalurkan dana kepada masyarakat. UU RI no.7 Tahun 1992 tentang perbankan Bab 1, Pasal 1, ayat (12) (dalam Hasibuan, 2008:87) kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga imbalan atau pembagian hasil keuntungan. Undang-Undang perbankan Nomor 10 tahun 1998 (dalam Kasmir, 2002:102) kredit adalah Penyediaan uang atau tagihan

yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

2.4.1 Fungsi dan tujuan kredit

Menurut Hasibuan (2008:88) fungsi dan tujuan kredit tersebut adalah :

Fungsi kredit bagi masyarakat, antara lain dapat:

1. Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan dan perekonomian
2. Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat
3. Memperlancar arus barang dan arus ruang
4. Meningkatkan hubungan internasional (L/C, CGI, dan lain-lain)
5. Meningkatkan produktivitas dana yang ada
6. Meningkatkan daya guna (*utility*) barang
7. Meningkatkan kegairahan berusaha masyarakat
8. Memperbesar modal kerja perusahaan
9. Meningkatkan *income percapita* (IPC) masyarakat
10. Mengubah cara berfikir/bertindak masyarakat untuk lebih ekonomis

Tujuan penyaluran kredit, antara lain adalah untuk:

1. Memperoleh pendapatan bank dari bunga kredit
2. Memanfaatkan dan memproduktifkan dana-dana yang ada
3. Melaksanakan kegiatan operasional bank
4. Memenuhi permintaan kredit dari masyarakat
5. Memperlancar lalu lintas pembayaran
6. Menambah modal kerja perusahaan
7. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat

2.4.2 Manfaat kredit

Menurut Firdaus dan Ariyanti (2011:6) manfaat bagi debitur adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan usahanya maka debitur dapat menggunakan dana kredit untuk mengadakan atau peningkatan berbagai faktor produksi, baik berupa tambahan modal kerja, mesin, bahan baku, maupun peningkatan kemampuan sumber daya manusia, metode, perluasan pasar, sumber daya alam dan teknologi.
2. Kredit bank relatif mudah diperoleh apabila usaha debitur layak untuk dibiayai (*feasible*)
3. Jumlah bank yang ada dinegara ini relatif banyak, sehingga debitur lebih mudah memilih bank yang cocok dengan usahanya
4. Biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh kredit bank (antara lain provisi dan bunga) relatif murah
5. Terdapat berbagai macam kredit yang disediakan oleh perbankan, sehingga calon debitur dapat memilih jenis yang paling sesuai
6. Dengan memperoleh kredit dari bank, biasanya debitur tersebut sekaligus terbuka kesempatannya untuk menikmati produk /jasa bank lainnya seperti transfer
7. Jangka waktu kredit dapat disesuaikan dengan kebutuhan calon debitur

2.4.3 Unsur-unsur pemberian kredit

Pemberian kredit harus memperhatikan unsur-unsur tertentu. Menurut Kasmir (2002:103) unsur-unsur pemberian suatu fasilitas kredit tersebut adalah:

- 1 Kepercayaan, merupakan suatu keyakinan bagi pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (baik berupa uang, barang atau jasa) benar-benar diterima kembali dimasa yang akan datang sesuai jangka waktu kredit.
- 2 Kesepakatan, kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian antara pemberi kredit dengan penerima kredit dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajiban masing-masing

- 3 Jangka waktu, setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu dan mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati
- 4 Resiko, akibat adanya jangka waktu, maka pengembalian kredit akan memungkinkan sesuatu resiko macet pemberian kredit
- 5 Balas jasa merupakan suatu keuntungan atau pendapatan atas pemberian kredit dalam bank disebut dengan bunga

Jadi memberikan pinjamannya kepada nasabah terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi oleh kreditur yaitu unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, resiko dan balas jasa.

Menurut Hasibuan (2005:106) menyatakan dalam pemberian kredit kepada nasabah, kredit dianalisis terlebih dahulu dengan menggunakan analisis yang biasa disebut 5C antara lain:

- a. *Character* (watak), artinya karakter calon debitur perlu diteliti tentang kelayakan menerima kredit. Karakter pemohon kredit dapat diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi dari referensi nasabah tentang perilaku, kejujuran dan ketaatannya memenuhi pembayaran transaksi.
- b. *Capacity* (kemampuan), artinya calon debitur perlu dianalisis apakah ia mampu memimpin perusahaan dengan baik dan benar. Jika kemampuan calon debitur baik maka ia dapat diberikan kredit, begitu juga sebaliknya,
- c. *Capital* (modal), artinya dari calon debitur harus dianalisis mengenai besar dan struktur modalnya yang terlihat dari neraca lajur perusahaan calon debitur. Hasil analisis neraca lajur akan memberikan gambaran dan petunjuk sehat atau tidak sehatnya perusahaan,
- d. *Condition of Economic* atau kondisi perekonomian pada umumnya dan bidang usaha pemohon kredit khususnya
- e. *Collateral* (agunan) yang diberikan pemohon kredit mutlak harus dianalisis secara yuridis dan ekonomis apakah layak memenuhi persyaratan yang ditentukan bank. *Collateral* merupakan syarat

utama yang menentukan disetujui atau tidaknya permohonan kredit nasabah

Penetapan prinsip perkreditan (5C) tersebut bertujuan untuk dapat memberikan informasi mengenai penilaian itikad baik dan kemampuan membayar nasabah untuk melunasi pinjamannya beserta bunganya. Penilaian kredit kepada calon nasabah sangat penting bagi kelangsungan perusahaan karena kredit yang tidak akurat akan menyebabkan kredit bermasalah. Memberikan penyaluran kredit dapat memperoleh dua keuntungan yaitu bank dapat membantu masyarakat memperoleh kemudahan bantuan dana atau modal usaha dan bagi pihak bank sendiri mendapatkan kompensasi dari penyediaan jasa pelayanan keuangan yang diberikan dalam bentuk bunga, yang tingkatannya ditetapkan sesuai besarnya pinjaman. Bunga yang diperoleh perusahaan akan dikelola lagi demi kelancaran operasional dan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang.

2.5 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka berfikir penelitian

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bab yang memberikan penjelasan tentang metodologi yang digunakan melakukan penelitian nanti, yang meliputi: 1) rancangan penelitian; 2) metode penentuan lokasi penelitian; 3) penentuan subjek penelitian; 4) definisi konseptual variabel; 5) jenis data dan sumber data; 6) metode dan alat perolehan data; 7) serta teknik analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan keseluruhan yang digunakan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian teoritis yang didukung oleh data-data yang diambil dari lapangan kemudian mengungkapkan makna dibalik realita yang ada serta dijelaskan dengan kata-kata atau kalimat untuk mengetahui strategi BPR NSI cabang Jember yang diterapkan dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan pemberian kredit. Daerah penelitian ditentukan dengan metode *purposive area* yaitu di BPR NSI cabang Jember untuk lokasi penelitian. Sedangkan untuk penentuan subjek penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pimpinan, *accounting*, dan *account officer* sebagai subjek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode wawancara, metode observasi, dan metode dokumentasi. Data-data yang telah terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif.

3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian yang digunakan adalah metode *purposive area*, Lokasi yang ditetapkan dalam penelitian ini di BPR NSI cabang Jember karena di BPR tersebut dapat menyalurkan dana berupa pemberian kredit dan tingkat bunga yang kompetitif, selain itu di sekitar tempat BPR juga banyak terdapat kegiatan pengkreditan yang sejenis mengharuskan BPR NSI cabang

Jember untuk menggunakan strategi meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga BPR dapat menarik nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada ditengah ketatnya persaingan pengkreditan.

3.3 Penentuan Subjek dan Informan Penelitian

Penentuan subjek penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Penggunaan metode ini didasarkan pada pertimbangan tertentu atau secara sengaja sudah ditentukan karena sudah diketahui bahwa pada BPR NSI cabang Jember terdapat strategi kepuasan nasabah dalam memberikan kredit dengan alasan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah perbankan di BPR NSI cabang Jember. Adapun kriteria untuk subjek yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tentang strategi yang digunakan di BPR NSI cabang Jember
2. Pekerjaannya yang berhubungan tentang kredit

Berdasarkan kriteria diatas, untuk informan utama dalam penelitian ini pimpinan kepala cabang BPR NSI cabang Jember, *account officer*, dan *accounting*. Selanjutnya untuk informan pendukung dalam penelitian ini adalah nasabah.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep digunakan mempertegas aspek-aspek yang memang sesuai dengan penelitian yang dilakukan dan untuk menghindari salah pendapat atau pengertian.

3.4.1 Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi kepuasan nasabah di BPR NSI cabang Jember merupakan cara yang dilakukan dalam memberikan kredit kepada nasabah agar nasabah puas dengan produk maupun jasa yang diberikan sehingga tercipta rasa senang dan nyaman. Penelitian ini BPR NSI cabang Jember menggunakan strategi kepuasan

pelanggan meliputi *relationship marketing*, strategi *superior customer service*, strategi *unconditional guarantees/extraordinary guarantees*, strategi penanganan keluhan yang efektif, dan strategi peningkatan kinerja perusahaan.

1. *Relationship marketing* adalah menarik, memelihara, dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Hal utama yang dilakukan di BPR NSI cabang Jember yaitu dengan cara berusaha mengerti dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya.
2. Strategi *superior customer service* adalah memberikan pelayanan terbaik dibandingkan dengan pesaing lainnya. Cara yang dilakukan oleh BPR NSI cabang Jember untuk memberikan pelayanan terbaiknya yaitu dengan pelayanan yang cepat dan mudah.
3. Strategi *unconditional guarantees/extraordinary guarantees* merupakan Strategi untuk memberikan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah setelah nasabah tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Cara yang dilakukan oleh BPR NSI cabang Jember memberikan garansi/jaminan kepada nasabah dengan kondisi ruang yang nyaman, pelayanan yang ramah, dan proses pencairan yang cepat.
4. Strategi penanganan keluhan yang efektif merupakan cara dalam menangani dan menyikapi keluhan yang baik, untuk nasabah yang tidak puas sehingga menjadi puas. Cara yang dilakukan oleh BPR NSI cabang Jember untuk dapat menangani keluhan nasabah dengan menyediakan kotak saran, telepon, dan nasabah juga bisa datang langsung ke BPR NSI cabang Jember. Sehingga keluhan atau ketidakpuasan nasabah tersebut dapat segera diambil dan ditentukan solusi yang terbaik oleh pihak BPR NSI cabang Jember.
5. Strategi peningkatan kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan dari perusahaan dalam periode tertentu. Cara yang dilakukan di BPR NSI cabang jember dalam meningkatkan kinerja perusahaan yaitu setiap karyawan diberikan pelatihan servis *excellence*

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data skunder.

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada subjek penelitian. Data primer ini didapatkan melalui hasil wawancara secara langsung pada pimpinan, accounting, dan account officer tentang strategi kepuasan nasabah dalam pemberian kredit.

2. Data sekunder

Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah surat permohonan kredit, laporan pemberian kredit dan arsip-arsip yang mendukung dalam penelitian sebagai data pelengkap yang diperoleh di BPR NSI cabang Jember.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara untuk memperoleh data yang valid dan akurat, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini di lapangan. Metode yang digunakan peneliti yaitu metode wawancara, observasi, dan dokumen.

3.6.1 Metode Wawancara

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara secara mendalam dan terstruktur sehingga akan lebih mudah mendapatkan informasi yang penting. Wawancara dilakukan pada perbankan BPR NSI cabang Jember. Pelaksanaan wawancara pada penelitian ini menggunakan catatan khusus, camera, dan perekam suara (*handphone*) yang gunanya untuk memperlancar pelaksanaan

wawancara dan hasilnya dapat disimpan dalam bentuk tulisan, gambar, dan rekaman. Wawancara kepada informan utama dilakukan dengan tanya jawab secara langsung, menggunakan pedoman wawancara yang telah dirancang sebelum bertemu dengan subjek penelitian yang bertujuan agar proses wawancara berjalan lancar dan terarah

3.6.2 Metode Observasi

Metode observasi digunakan untuk memperoleh data atau informasi dengan menggunakan pengamatan langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di BPR NSI cabang Jember. Penelitian pada observasi penelitian ini mengamati secara langsung kegiatan/pekerjaan sehari-hari terkait dengan pemberian kredit yang dilakukan BPR NSI cabang Jember untuk mengetahui kondisi umum BPR NSI cabang Jember dalam memberikan kredit kepada nasabah.

3.6.3 Metode Dokumen

Metode dokumen yang digunakan adalah untuk memperoleh data skunder yang diperlukan dengan jalan mencatat dan mempelajari data-data yang diperoleh. Data dokumen yang diperoleh dari metode dokumen ini meliputi surat permohonan kredit, data jumlah nasabah, dan data laporan pengambilan kredit.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa temuan serta data yang ada di lapangan, selanjutnya hasil yang ada disusun secara sistematis baik itu data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumen dengan cara mengorganisasikan data kedalam beberapa kategori sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian, memilih data dan informasi yang penting serta membuat kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting tentang hasil pengamatan yang sesuai dengan permasalahan penelitian. Hasil jawaban dan ataupun pernyataan dari subjek penelitian dijadikan satu dan pernyataan yang berbeda disisihkan, kemudian pernyataan diringkas dan dipilih yang digunakan untuk mengetahui kebenaran dari jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian maka dicocokkan dengan pendapat dari informan penelitian.

2. *Display* data

Data yang sudah melalui tahap reduksi yang nantinya oleh peneliti kemudian dipaparkan (*display*) dan dikategorikan berdasarkan kategori yang sudah ada baik berupa uraian bebas/diskripsi, diagram, atau tabel sehingga bisa memudahkan peneliti dalam memahami dan memudahkan penelitian dalam penarikan kesimpulan.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Pengambilan kesimpulan atau verifikasi adalah dalam penelitian ini dituangkan dalam bentuk paparan deskriptif tentang permasalahan yang diteliti yang sebelumnya masih kurang jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Kesimpulan dalam penelitian ini diperoleh dari keadaan benar-benar terjadi ditempat penelitian sehingga dapat menunjukkan strategi BPR NSI cabang Jember dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan pemberian kredit.