



**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENANGANI KELUHAN
NASABAH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA
PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
CABANG JEMBER**

***THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN COMPLAIN HANDLING
CUSTOMER KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) AT
PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
JEMBER BRANCH***

SKRIPSI

Oleh

**Ina Syarifah
NIM 060910202214**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENANGANI KELUHAN
NASABAH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA
PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
CABANG JEMBER**

***THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN COMPLAIN HANDLING
CUSTOMER KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) AT
PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)
JEMBER BRANCH***

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan mencapai Gelar Sarjana Sosial

Oleh

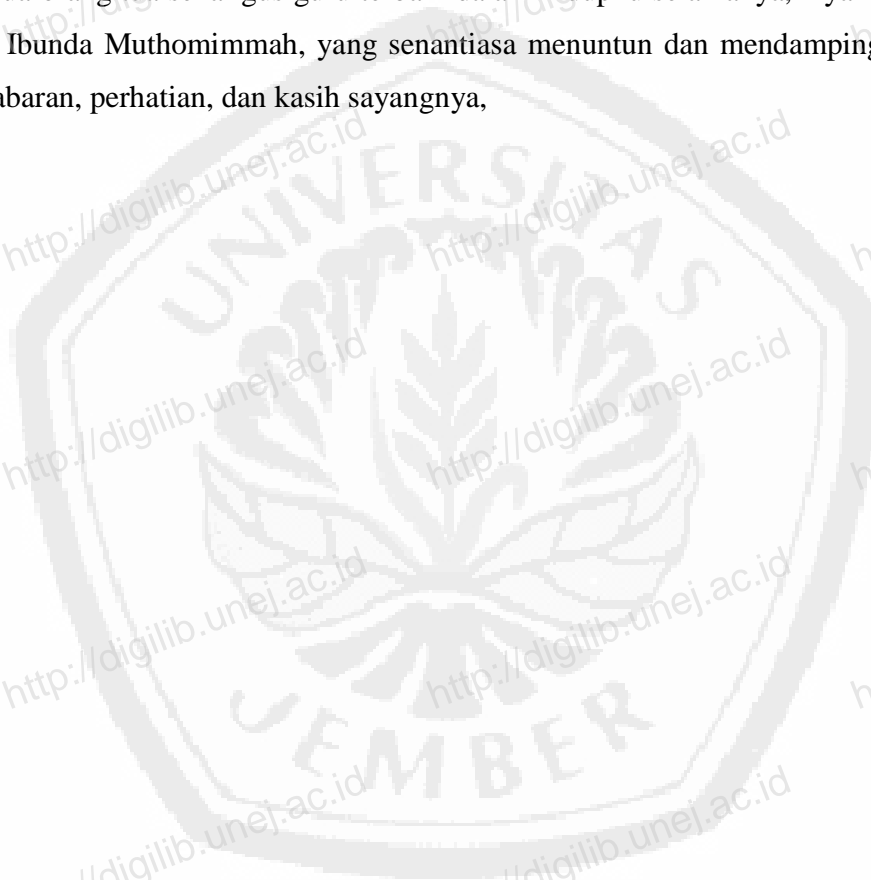
**Ina Syarifah
NIM 060910202214**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

HALAMAN PERSEMBAHAN

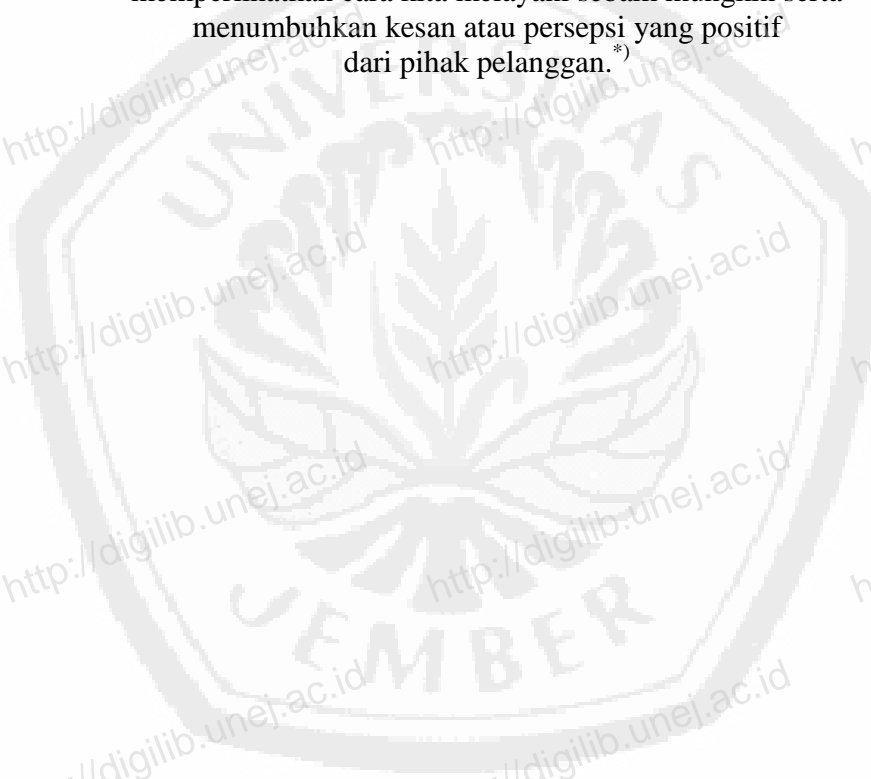
Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua sekaligus guru terbaik dalam hidupku selamanya, Ayahanda Afandi dan Ibunda Muthomimmah, yang senantiasa menuntun dan mendampingi dengan kesabaran, perhatian, dan kasih sayangnya,



MOTTO

Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis jasa, pelayanan melalui kiat pelayanan prima tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses administrasi dengan cepat, tetapi juga bagaimana memperlakukan para pelanggan, yang dapat memperlihatkan cara kita melayani sebaik mungkin serta menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak pelanggan.*)



*) Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada: 279.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ina Syarifah

NIM : 060910202214

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Peranan *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, 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 mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 6 Oktober 2010

Yang menyatakan,

Ina Syarifah

NIM 060910202214

SKRIPSI

PERANAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) CABANG JEMBER

Oleh

Ina Syarifah
NIM 060910202214

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Sri Wahyuni, M.Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Totok Supriyanto, M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Peranan *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember” telah diuji dan di sahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 21 Oktober 2010

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Drs. Fadholi Sa'id, SU
NIP 194803131976031001

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP 195604091987022001

Anggota Penguji,

Anggota 1: Drs. Totok Supriyanto, M.Si (.....)
NIP 195010041977021001

Anggota 2: Drs. Hartono Djulianto, M.Si (.....)
NIP 194607281977031001

Anggota 3: Dra. Dwi Windradini BP., M.Si (.....)
NIP 196408141989022003

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi. MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Peranan *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember; Ina Syarifah, 060910202214; 2010: 122 halaman; Program Studi Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perbankan. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember melibatkan *costumer services* dan *loan service* dalam menjalankan komunikasi dengan publik sasaran. *Customer service* dan *loan service* PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember menjalankan peranan *public relations* untuk membina hubungan dengan publik sasaran dan mendukung tujuan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan paradigma kualitatif. Tahap analisis data digunakan analisis domain dan taksonomi dengan menggunakan metode *snowball* dan dalam menentukan informan, peneliti menggunakan *purposive sampling*. Penarikan kesimpulan pada penelitian dilakukan secara induktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *public relations* sebagai metode komunikasi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. *Customer service* dan *loan service* menjalankan peranan *public relations* dalam memberikan layanan komunikasi terhadap nasabah. Penanganan keluhan nasabah untuk produk dana, jasa dan layanan, produk dana dan BTN syariah diserahkan kepada *customer service*, sedangkan untuk produk Kredit Pemilikan Rumah diserahkan kepada unit *loan service*.

Peranan *public relations* yang dijalankan oleh *loan service* dalam penanganan keluhan nasabah kredit pemilikan rumah (KPR) adalah sebagai *communication*

fasilitator dan problem solving process fasilitator. Peranan public relations sebagai communication fasilitator terdiri dari beberapa penerapan komunikasi yang dilakukan oleh loan service sebagai relationship, mediator dan back up management.



PRAKATA

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya atas hidayah dan kesempatan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peranan *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, petunjuk dan pengarahan dari banyak pihak. Penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Drs. Suhartono, M.P., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, M.A., selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Utama yang telah membantu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
5. Drs. Totok Supriyanto, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membantu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh karyawan akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah mengajar, mendidik, dan memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada penulis;

7. Bapak Agung Priyanto selaku *Branch Manager* PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta seluruh karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang telah baik, ramah dan memberikan kemudahan dalam penelitian;
8. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan karya tulis ilmiah ini mampu memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada umumnya dan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga pada khususnya. Penulis juga menghargai saran dan kritik yang diberikan bagi kesempurnaan penulisan berikutnya.

Jember, Oktober 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Public Relations	8
2.1.2 Penanganan Keluhan Nasabah (Pelanggan).....	23
2.1.3 Bank	27
2.1.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	30

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
2.2.1 Penelitian dalam Bentuk Skripsi	33
3.2.2 Penelitian dalam Bentuk Jurnal	35
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis dan Tipe Penelitian.....	38
3.2 Tahap Persiapan	39
3.3 Tahap Pengumpulan Data	44
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan data.....	45
3.5 Tahap Analisis Data.....	46
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	48
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	49
4.1.2 Perkembangan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	50
4.1.3 Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	52
4.1.4 Peraturan dan Pedoman PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.....	53
4.1.5 Ketenagakerjaan.....	55
4.1.6 Ketentuan Jam Kerja.....	59
4.1.7 Struktur Organisasi	59
4.1.8 Susunan Tingkat Jenjang dalam Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember ...	62
4.1.9 Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab.....	63
4.1.10 Kegiatan Usaha PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.....	66
4.1.11 Produk PT. Bank Tabungan Negara (Persero)	

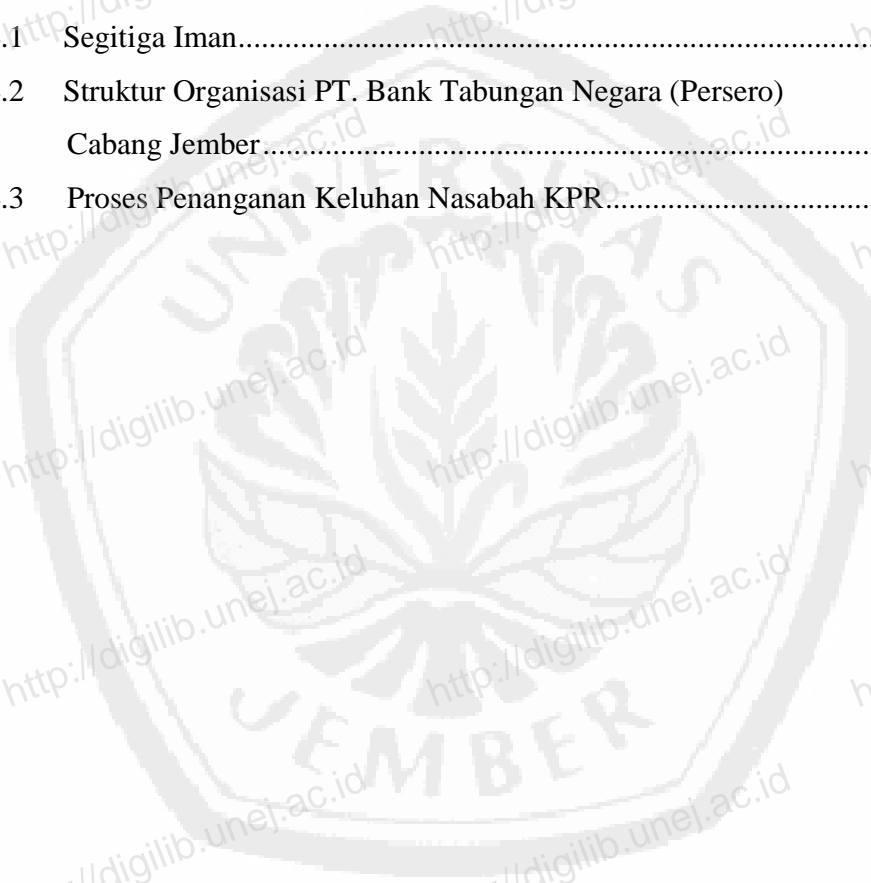
Cabang Jember.....	67
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	74
4.2.1 Aktivitas <i>Public Relations</i>	74
4.2.2 Khalayak Sasaran <i>Public Relations</i>	77
4.2.3 Peranan <i>Public Relations</i>	81
4.2.4 Peranan <i>Public Relations</i> dalam Menangani Keluhan Nasabah KPR.....	86
4.2.5 Tolok Ukur Penanganan Keluhan Nasabah KPR.....	98
4.3 Interpretasi.....	102
BAB 5. KESIMPULAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran	120
DAFTAR BACAAN.....	121
LAMPIRAN	
A. PEDOMAN WAWANCARA.....	123
B. HASIL WAWANCARA	126
C. SURAT IZIN PENELITIAN.....	145
D. FORMULIR PENGAJUAN KELUHAN NASABAH KPR.....	147
E. DOKUMEN FOTO	148

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Keluhan Nasabah KPR Tahun 2007-2009	4
1.2 Jenis-Jenis Keluhan Nasabah KPR.....	4
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	34
2.2 Jurnal Penelitian Terdahulu dengan Relevansi Terhadap Penelitian Sekarang.....	35
3.1 Model Analisis Domain.....	47
3.2 Model Analisis Taksonomi.....	47
4.1 Jumlah Karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	57
4.3 Matrik Analisis Domain Peranan <i>Public Relations</i> Terkait dengan Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero).....	102
4.4 Matrik Analisis Taksonomi Peranan <i>Public Relations</i> dalam Menangani Keluhan Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Alur Terjadinya KPR.....	32
4.1 Segitiga Iman.....	55
4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.....	61
4.3 Proses Penanganan Keluhan Nasabah KPR.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Pedoman Wawancara.....	122
A.1 Pedoman Wawancara Karyawan	122
A.2 Pedoman Wawancara Nasabah	123
A.3 Pedoman Wawancara Developer	124
B. Hasil Wawancara	125
C. Surat Izin Penelitian.....	145
C.1 Surat Izin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember .	145
C.2 Surat Keterangan Penelitian dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	146
D. Formulir Pengajuan Keluhan Nasabah KPR.....	147
E. Dokumen Foto	148

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan perekonomian pada era globalisasi membuat para pelaku bisnis atau perusahaan menghadapi persaingan ketat. Kemajuan yang pesat dalam teknologi telekomunikasi dan informasi mendorong persaingan pada bisnis barang maupun jasa. Seluruh perusahaan yang ada di setiap negara dituntut untuk mengikuti perkembangan tersebut agar tidak ketinggalan oleh negara lainnya, termasuk perusahaan jasa di Indonesia.

Sektor perbankan merupakan salah satu sektor jasa yang terkait dengan nasabah dari berbagai kalangan atas, menengah maupun bawah. Maraknya pertumbuhan bank-bank di Indonesia membawa kondisi persaingan yang semakin ketat. Para pengusaha di bidang perbankan bersaing secara ketat untuk meningkatkan pelayanan agar nasabah merasa lebih nyaman dan diharapkan akan menjadi nasabah dalam waktu yang lama serta berusaha meningkatkan kualitas produk perbankannya.

Modernisasi yang didukung dengan pesatnya kemajuan teknologi telah mempengaruhi peningkatan kebutuhan dan tuntutan masyarakat dalam mendapatkan informasi serta mendorong pola pikir masyarakat untuk kritis terhadap kondisi sekitarnya. Kondisi sosial dimana sebuah perusahaan beroperasi banyak diwarnai oleh kesalahpahaman, bahkan tidak menutup kemungkinan adanya pertentangan secara terbuka baik antara pimpinan dan bawahan, pemilik saham dan pimpinan perusahaan, produsen dan konsumen maupun perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. Perusahaan dituntut memiliki manajemen yang profesional serta kemampuan untuk menganalisis dan memecahkan konflik yang dihadapi. Strategi komunikasi yang diinginkan perusahaan dalam membina hubungan harmonis dengan publiknya menuntut pentingnya kehadiran *public relations* dalam menangani keluhan

nasabah sehingga proses komunikasi dapat berjalan dengan baik dan dapat mempertahankan itikad baik para nasabahnya. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang memiliki sifat timbal balik, dimana tidak hanya memberi, tetapi juga menerima. Jadi, untuk berkomunikasi dengan publiknya akan menimbulkan dua jalur penghubung sehingga menimbulkan suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama.

Bank pemerintah yang mempunyai produk KPR diantaranya Bank Mutiara, BNI, BRI, BTN dan Bank Mandiri, dari kelima bank tersebut BTN lebih unggul dalam produk KPR, hal ini terbukti BTN berhasil masuk kejajaran 10 bank umum dalam penyaluran kredit pada kuarta 1 tahun 2009. Penyaluran kredit pada BTN di dominasi oleh KPR sedangkan, penyaluran kredit pada keempat bank lainnya didominasi oleh kredit simpan pinjam (Okezone, 2009). PT. Bank Tabungan Negara (Persero) sebagai suatu bank yang berpengalaman bersaing dengan bank-bank lain dalam memberikan jasa-jasa perbankan untuk kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah salah satunya ditentukan oleh pelayanan yang ramah sehingga para nasabahnya merasa nyaman. Perusahaan dituntut memperhatikan aspek-aspek perkreditan yang sehat sehingga dapat memuaskan bagi penerima dan memberikan keuntungan sebagai pemberi kredit. Perkembangan jumlah bank dan terjadinya persaingan antar bank, penyelenggaraan perkreditan merupakan usaha atau gerakan operasional bank dalam melayani kepentingan masyarakat akan kebutuhan dana atau modal yang digunakan untuk membiayai usaha-usaha masyarakat.

Salah satu komunikasi dan upaya pendekatan yang ditempuh perusahaan dalam pelayanan terhadap nasabah adalah melalui aktifitas *public relations* karena menurut Ruslan (2008:15) tujuan utama *public relations* adalah menginginkan adanya opini publik yang menyenangkan sehingga hubungan dengan publiknya, baik di dalam maupun di luar perusahaan akan berjalan harmonis. Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember pada dasarnya untuk publik internal dan publik eksternal. Aktivitas *public relations* pada publik

internal bertujuan membina hubungan antara karyawan dengan keluarga karyawan. Sedangkan, pada publik eksternal bertujuan mempublikasikan produk PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember kepada masyarakat umum dan menjalin kerjasama dengan instansi terkait sebagai bentuk kepedulian PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terhadap lingkungan sekitar.

Peranan *public relations* yang menjadi satu dengan kegiatan manajemen perusahaan adalah sebagai “mata telinga” perusahaan untuk membangun dan mempertahankan komunikasi dengan khalayak, citra perusahaan serta kepercayaan dari khalayak kepada perusahaan. Selain itu juga berperan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan terkait dengan hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan khalayaknya. Peranan *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember sebagai *communication fasilitator* dan *problem solving process fasilitator* (Ruslan, 2008:20). Keberadaan *public relations* tidak berdiri sendiri sebagai suatu divisi dalam perusahaan tetapi merupakan *method of communications* yaitu satu kesatuan dari manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang mendukung divisi-divisi atau bagian-bagian lainnya. *Public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember diwakili oleh pihak-pihak yang berhubungan atau berkomunikasi langsung dengan khalayaknya baik internal maupun eksternal. Pihak-pihak tersebut diantaranya *customer service* dan *loan service*.

Penanganan keluhan nasabah untuk produk dana dan produk jasa pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember diserahkan kepada *customer service*, sedangkan untuk produk kredit khususnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) diserahkan kepada unit *loan service*. *Loan service* merupakan “ujung tombak” perusahaan yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik eksternal atau nasabah khusus produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Sehingga yang bersangkutan tidak hanya mampu bertindak sebagai komunikator, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan menciptakan *image* dalam hal menangani keluhan

nasabah. Berikut disajikan data jumlah keluhan nasabah produk KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember serta jenis keluhan yang terjadi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

Tabel 1.1 Jumlah Keluhan Nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tahun 2007 – 2009.

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
1	2007	9726	283	2,9
2	2008	10188	324	3,1
3	2009	10932	179	1,6

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember (2009).

Tabel 1.2 Jenis-Jenis Keluhan Nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tahun 2007-2009.

No	Jenis Keluhan	2007		2008		2009	
		Jumlah Keluhan	Tertangani	Jumlah keluhan	Tertangani	Jumlah keluhan	Tertangani
1	Angsuran KPR	56	56	72	72	33	33
2	Pelunasan dipercepat, tidak diikuti dengan penyelesaian sertifikat	17	17	13	13	6	6
3	Kualitas bangunan yang kurang baik	88	88	96	96	75	75
4	Naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos yang tidak disampaikan kepada nasabah	56	51	69	67	27	27
5	Melonjaknya iuran perumahan	18	10	15	14	6	5
6	Alih debitur dibawah tangan	10	10	24	24	11	11
7	Waktu pengajuan permohonan KPR, pihak bank dalam mengambil keputusan terkesan berbelit-belit	38	30	35	30	21	20
Jumlah		283	262	324	316	179	177

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember (2009).

Salah satu contoh kasus keluhan nasabah KPR adalah keluhan yang diajukan oleh ibu Yusleli pada bulan Desember 2009. Mengenai pembayaran cicilan KPR. Ibu Yusleli sudah membayar cicilan KPR, akan tetapi pihak bank mengatakan ibu Yusleli belum membayar, kemudian ibu Yusleli mengajukan keluhan ke bank yang ditangani oleh bagian *loan service*. Setelah di cek oleh pihak bank ternyata terdapat kesalahan penulisan nomor debitur. Hal itu karena pihak bank salah dalam mengentry nomor debitur. Akhirnya *loan service* menyampaikan jawaban atas keluhan yang diajukan ibu Yusleli tersebut. Dalam kasus tersebut ibu Yusleli merasa puas atas kinerja bank karena pihak bank dapat menyelesaikan masalah ibu Yusleli dengan cepat.

Pada tahun 2007 ke 2008 jumlah keluhan nasabah KPR meningkat sebesar 0,2%. Sementara, dari tahun 2008 ke 2009 jumlah keluhan menurun sebesar 1,5%. Fenomena tersebut yang menjadi daya tarik untuk diteliti agar terungkap bagaimana peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR selama ini seiring dengan kondisi nasabah yang semakin banyak dan jumlah keluhan semakin sedikit, tetapi variasi keluhan tetap. Artinya apakah peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR semakin baik atau tidak.

1.2 Rumusan Masalah

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) merupakan salah satu bank di Indonesia yang diberi kepercayaan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan pengadaan perumahan rakyat dengan tujuan membantu masyarakat untuk mendapatkan rumah sebagai tempat tinggal maupun sebagai tempat usaha. Pengadaan tersebut berupa pemberian Kredit Pemilikan Rumah (KPR). PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dalam kegiatan operasional pelayanannya selalu menghadapi banyak tantangan. Begitu juga dalam menjalankan aktivitas usahanya berkeinginan yang sebaik mungkin. *Public relations* memiliki peranan yang sangat penting dalam menangani masalah yang muncul sehingga dapat mengembalikan dan mempertahankan citra positif perusahaan. Penanganan keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember diserahkan kepada *loan service*.

Melihat fenomena diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Kegiatan yang dilakukan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, demikian pula dengan penelitian ini. Tujuan penelitian harus dikemukakan dengan jelas agar orang mengetahui apa sebenarnya yang hendak dicapai peneliti dengan penelitiannya. Berkaitan dengan perumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana penerapan teori-teori yang diperoleh selama masa kuliah terhadap masalah-masalah dalam realita, khususnya tentang masalah peran *public relations* dalam menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

b. Bagi Kalangan Akademisi

Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi dengan penelitian mengenai *public relations*.

c. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi pihak manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember mengenai pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan menangani keluhan nasabah.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori atau konsepsi dasar dalam penelitian ini merupakan salah satu alat pedoman yang penting dalam membantu proses penelitian. Keberadaan dari konsep dasar ini akan memberikan gambaran awal mengenai alur penelitian yang kemudian akan dijadikan analisis selanjutnya. Sebagaimana yang di tulis Snelbecker (dalam Moleong, 2008:57), teori adalah

Sebagai seperangkat proposisi yang terintegrasi secara sintaksis (yaitu mengikuti aturan tertentu yang dapat dihubungkan secara logis satu dengan yang lainnya dengan data dasar yang dapat diamati) dan berfungsi sebagai wahana untuk meramalkan dan menjelaskan fenomena yang diamati.

Secara garis besar konsepsi dasar dalam penelitian ini mencakup tentang peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

2.1.1 Public Relations

a. Pengertian Public Relations

Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat konsensus mutlak tentang pengertian dari *public relations*. Menurut Ruslan (2008:14), ketidaksepakatan tersebut disebabkan oleh :

- 1) Beragamnya pengertian *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional *public relations* didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian *public relations*.
- 2) Perbedaan latar belakang, misalnya pengertian yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi.

- 3) Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan *public relations* bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi.

Walaupun berbagai pengertian *public relations* memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama, sebagai acuan, salah satu pengertian *public relations*, yang diambil dari *The British Institute of Public Relations* (dalam Ruslan, 2008:15), berbunyi:

Public relations activity is management of communications between an organization and its publics.

(Aktivitas *public relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).

Public relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its publics.

(Praktik *public relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya).

Pengertian diatas, menunjukkan bahwa *public relations* merupakan salah satu aparat perusahaan yang aktivitas dan pratiknya menjalankan salah satu kegiatan manajemen.

Sifat *public relations* yaitu komunikasi dua arah dimana dalam proses komunikasinya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima informasi dari publiknya. Pernyataan tersebut sesuai dengan pengertian *public relations* menurut J.C. Hooftman (dalam Abdurrachman, 2001:26) yang menyatakan bahwa:

Untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan, publik harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan objektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka sehingga dengan demikian akan timbul pengertian daripadanya, dan juga pendapat-pendapat serta saran-saran dari publik harus diperhatikan dan dihargai.

Pengertian tersebut diperjelas pula oleh Cutlip dan Centre dalam bukunya *Effective Public Relations* (dalam Suhandang, 2004:45) bahwa:

Public Relations adalah kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada

publiknya, dan mengkomunikasikan informasi, gagasan-gagasan serta pendapat dari publiknya terhadap lembaga, dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu persesuaian yang harmonis.

Singkatnya menurut Jefkins (dalam Morissan, 2006:7), batasan definisi *public relations* yaitu:

Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dalam semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa aktivitas *public relations* adalah mengelola komunikasi secara terencana dalam membangun dan menjaga saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya. Pengelolaan komunikasi oleh *public relations* dilakukan dengan mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan perusahaan, menyusun rencana serta menjalankan program komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan dari publiknya.

b. Tugas dan Fungsi *Public Relations*

Public relations sebagai fungsi manajemen bisa memiliki makna yang berbeda, yaitu *public relations* sebagai peran yang dimainkan oleh mereka yang mengambil keputusan secara kolektif dan *public relations* sebagai peran yang dijalankan untuk memberi manfaat pada orang-orang yang berada dalam manajemen melalui orang-orang di luar manajemen yang dilayaninya. Berdasarkan hal tersebut, *public relations* merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina masyarakat internal maupun eksternal. Menurut Ruslan (2008:23), tugas *public relations* dalam sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1) Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

Yang dimaksud dengan *public internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau organisasi itu sendiri. Seorang *public relations* harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

- 2) Membina hubungan ke luar (*public eksternal*)
Yang dimaksud *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Berdasarkan tugas *public relations* tersebut, menurut Ruslan (2008:26), *public relations* akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

- 1) *Communicator*
Kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Di samping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.
- 2) *Relationship*
Kemampuan peran *public relations* membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.
- 3) *Back up Management*
Melakukan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan pokok perusahaan/organisasi.
- 4) *Good Image Maker*
Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemennya.

Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember meliputi *communicator*, *relationship*, *back up management* dan *good image maker*..

Public relations sebagai fungsi manajemen, maka menurut Suhandang (2004:164), *public relations* harus mampu melaksanakan pekerjaan yang mencakup bidang sebagai berikut:

- 1) *Marketing* atau memasarkan hasil produksi perusahaan.
- 2) *Publishing* atau memberikan penerangan dan keterangan mengenai hal yang ada hubungannya dengan kegiatan perusahaannya.
- 3) Dokumentasi menghimpun data dan fakta yang erat hubungannya dengan kegiatan perusahaan, baik berupa hasil perusahaan yang telah dicapai maupun bahan-bahan lainnya yang diperlukan bagi kemajuan perusahaan itu.

Adapun fungsi *public relations* menurut Edward L. Bernay (dalam Ruslan, 2008:18) adalah:

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- 2) Melaksanakan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Menurut pakar Humas Internasional Cutlip, Centre dan Canfield (dalam Ruslan, 2008:19) menyatakan bahwa fungsi *public relations* dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
- 2) Membina hubungan yang harmonis antar badan/organisasi dengan pihak publiknya, sebagai khalayak sasaran.
- 3) Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- 4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Berdasarkan fungsi *public relations* dapat dikatakan bahwa *public relations* mempunyai fungsi untuk menyampaikan informasi dari perusahaan kepada publik internal maupun eksternal. Penyampaian informasi tersebut digunakan oleh *public relations* untuk memperoleh *public support* dan *public acceptance*. *Public support* merupakan perolehan dukungan dari masyarakat terhadap perusahaan, sedangkan *public acceptance* merupakan penerimaan publik terhadap perusahaan.

c. Tujuan *Public Relations*

Pada dasarnya aktivitas *public relations* meliputi kegiatan mulai dari membenahan organisasi itu sendiri, sehingga kegiatannya bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan. Kegiatan *public relations* bukan hanya sekedar

menyebarkan informasi, melainkan melakukan semua kegiatan komunikasi guna mendorong terbentuknya citra positif.

Tujuan *public relations* yang dikemukakan oleh Abdurrachman (2001:34) adalah “Membentuk *goodwill*, toleransi, saling kerjasama dan saling menghargai serta memperoleh opini publik yang *favourable*, *image* yang tepat berdasarkan prinsip-prinsip hubungan yang harmonis baik hubungan ke dalam maupun ke luar”.

Pandangan lain datang dari Demock Manchall melalui bukunya yang berjudul *public administration* (dalam Suhandang, 2004:53) membagi tujuan *public relations* atas 2 bagian, yaitu:

- 1) Secara positif berusaha mendapatkan dan menambah penilaian serta jasa suatu organisasi perusahaan.
- 2) Secara desentif berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif.

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa tujuan *public relations* adalah untuk mencegah timbulnya konflik dan meredakan atau menghalangi konflik. Adapun sasaran yang ingin dicapai adalah terbentuknya saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya.

Menurut Nova (2009:40) tujuan yang ingin dicapai dalam bidang *public relations* adalah:

- 1) Komunikasi internal (personil/anggota institusi)
 - a) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
 - b) Menciptakan kesadaran anggota/personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
 - c) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.
- 2) Komunikasi eksternal (masyarakat)
 - a) Memberikan informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
 - b) Menciptakan kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya.
 - c) Motivasi untuk menyampaikan citra baik.

Tujuan *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember pada dasarnya untuk berkomunikasi dengan publik internal dan publik

eksternal. Hal tersebut sebagai upaya untuk mencegah timbulnya konflik dan meredakan konflik yang terlanjur terjadi.

d. Macam-Macam *Public Relations*

Menurut Djanalis (1993:189), macam-macam *public relations* adalah sebagai berikut:

1) *Public relations* perusahaan

Merupakan satu-satunya *public relations* yang terbanyak di dunia. Prinsip-prinsip ekonomi perusahaan yang secara efisien mencapai tujuannya dengan memberikan pelayanan pada masyarakat yang membutuhkan. Sebuah perusahaan harus dapat merebut opini masyarakat agar selalu bersimpati dengan hasil produksinya atau cara kerjanya, dengan kata lain perusahaan harus memproduksi barang-barang yang memang diperlukan masyarakat, menekan semua biaya, mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dan mempertahankan konsumen. Untuk mewujudkan hal tersebut *public relations officer* dapat berupaya:

a) Pada waktu akan memulai usaha atau memperluas usaha

- (1) Pada waktu perusahaan akan berdiri *public relations officer* harus dapat berusaha agar kehadiran perusahaan mendapat sambutan yang positif dari masyarakat sekitar. *Public relations officer* harus mampu menetralsir gejala tersebut agar tidak muncul pada permukaan, apabila berkembang menjadi *public opinion* yang negatif.
- (2) Sebelum perusahaan mengadakan pengembangan, perlu mempersiapkan mental pegawai dan lokasi dimana perusahaan akan dikembangkan.
- (3) Sebuah perusahaan dalam memperluas usahanya sering kali terbentur dalam masalah dana. Dua cara untuk mendapatkan dana yaitu melalui bank atau lembaga kredit lain dan menjual saham pada khalayak umum (*go public*). *Public relations officer* perlu meyakinkan kepada pemilik uang untuk dapat menanam uang tersebut dengan membeli saham. *Public relations officer* harus tahu dimana masyarakat yang memiliki dana tersebut untuk menanam modalnya.

b) Pada waktu usaha sedang berjalan

- (1) Meningkatkan motivasi karyawan agar bekerja lebih produktif dan efisien.
- (2) Menganalisa selera masyarakat terhadap perubahan-perubahan kebutuhan dan kesenangan masyarakat.
- (3) *Public relations officer* perlu meneliti dan mempengaruhi masyarakat yang diperkirakan bersedia memakai hasil produksi perusahaan.
- (4) *Public relations officer* harus menemukan upaya agar pelanggan tidak pindah pada produksi lain atau leveransir lain.
- (5) Memonitor keadaan perusahaan saingan, meneliti kelebihan-kelebihannya baik dalam mutu produksi maupun sistem pemasaran atau jaringan-jaringan

yang dimiliki. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu dalam menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaan perusahaan.

- (6) *Public relations officer* harus juga berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan kemasyarakatan agar eksistensi perusahaan lebih diakui masyarakat.
 - (7) *Public relations officer* harus banyak berhubungan dengan ahli-ahli keuangan, manajemen serta ahli-ahli ekonomi yang dapat dimintai pendapat. Hal tersebut dilakukan karena ekonomi dan teknologi yang terus berkembang.
- c) Pada waktu gejala akan bangkrut
- (1) Apabila terjadi gejala perusahaan akan bangkrut, *public relations officer* harus mengambil langkah-langkah yang serius dengan cara melakukan program-program untuk menyelamatkan perusahaan.
 - (2) *Public relations officer* harus berperan aktif untuk menetralsir konflik bila terjadi keretakan dikalangan pemimpin dengan berpegang pada prinsip-prinsip *public relations*.
- 2) *Public relations* pemerintah
- Pemerintah demokrasi identik dengan rakyat yang ingin menyalurkan aspirasinya untuk dilaksanakan oleh pemerintah. Di satu pihak pemerintah berdasarkan pertimbangan-pertimbangan ingin menjelaskan kebijaksanaannya pada rakyat, supaya hubungan antara rakyat dengan pemerintah tetap harmonis maka diperlukan penyampaian secara benar oleh pemerintah sebagai penanggung jawab pembangunan. Tujuan yang dimaksud agar dapat tercapai dengan baik, maka pemerintah menggunakan prinsip-prinsip *public relations*, selain itu dapat menimbulkan *public opinion* terhadap kebijakan pemerintah agar masyarakat dapat mengerti dan percaya akan kebenaran kebijakan tersebut. Secara kenegaraan *public relations* pemerintahan dilakukan oleh departemen penerangan.
- 3) *Public relations* organisasi sosial dan politik
- Eksistensi suatu organisasi sosial politik sangat tergantung pada perkembangan *public relations*, oleh karenanya peranan *public relations* dalam menjalankan organisasi sosial dan politik agar eksis sangat besar. Tugas *public relations* partai politik antara lain:
- a) Mengekspos semua kegiatan positif partai.
 - b) Meredam konflik intern.
 - c) Menjalani kerjasama dengan organisasi lain.
 - d) Harus pandai membentuk *public opinion*, agar partainya mendapatkan tempat di hati masyarakat.
- 4) *Public relations* angkatan bersenjata
- Angkatan bersenjata yang berhasil adalah angkatan bersenjata yang mendapat dukungan penuh dari rakyatnya, oleh karenanya untuk membangkitkan setiap kepercayaan rakyat maka, kegiatan bersenjata perlu melaksanakan pekerjaan *public relations*.

5) *Public relations* internasional

Kegiatan *Public relations* internasional meliputi bidang kegiatan hubungan antara eksekutif dan legislatif, pemerintah dengan industri serta perdagangan di tingkat internasional. Ciri-ciri *public relations* internasional :

- a) Pusat organisasi di suatu negara tetapi memiliki cabang-cabang di negara lain.
- b) Tidak dibatasi wilayah suatu negara.

Dari kelima macam *public relations* diatas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember masuk dalam kategori *public relations* perusahaan jenis perusahaan yang sedang berjalan. Hal ini dikarenakan tujuan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah *profit oriented*, yang didukung dengan memberikan pelayanan jasa perbankan kepada seluruh lapisan masyarakat.

e. Peranan *Public Relations*

Perkembangan profesionalisme *public relations* yang berkaitan dengan pengembangan peranan *public relations*, baik sebagai praktisi maupun professional dalam suatu organisasi atau perusahaan merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi. Menurut Dozier dan Broom (dalam Ruslan, 2008:20) peranan *public relations* dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

1) Penasehat ahli (*expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar *public relations* dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau diusulkan oleh pakar *public relations* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan *public relations* yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

2) Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)

Praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan atau diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

- 3) Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)
Peranan praktisi *public relations* dalam hal proses pemecahan persoalan *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan professional.
- 4) Teknisi komunikasi (*communication technician*)
Berbeda dengan tiga peranan praktisi professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadi praktisi *public relations* sebagai *journalis in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*.

Peranan *public relations* dalam suatu perusahaan terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *public relations* merupakan suatu cara untuk menjalankan fungsi *public relations* dalam sebuah perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya. *Public relations* mempunyai peranan yang vital bagi perusahaan terutama dalam kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan. Peranan *public relations* antara perusahaan yang satu akan berbeda dengan perusahaan yang lain, tergantung dari kegiatan dan tujuan *public relations* yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Peranan *public relations* yang dijalankan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah sebagai *communication fasilitator* dan *problem solving process fasilitator*. Peranan *public relations* sebagai *communication* fasilitator meliputi kegiatan *relationship*, komunikator dan *back up* management. Sedangkan, peranan *public relations* sebagai *problem solving process fasilitator* meliputi kegiatan dalam menangani keluhan nasabah.

Peranan *public relations* lebih bersifat preventif, yaitu mencegah timbulnya masalah. Dengan kata lain, peran *public relations* pada intinya bersifat dua arah yaitu berorientasi ke luar dan ke dalam. Beberapa sasaran *public relations* sebagai pendukung fungsi manajemen perusahaan menurut Ruslan (2008:23), yaitu:

- 1) Membangun identitas dan citra perusahaan (*building corporate identity and image*)
 - a) Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
 - b) Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- 2) Menghadapi krisis (*facing of crisis*)

Menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan *PR Recovery of Image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
- 3) Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public causes*)
 - a) Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik.
 - b) Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

Public relations menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara perusahaan dengan publiknya, artinya peranan ini turut menentukan sukses tidaknya visi, misi, dan tujuan perusahaan. Berhasilnya *public relations* dalam melaksanakan program kerjanya merupakan jaminan perusahaan dalam merebut simpati dan kepercayaan masyarakat.

f. *Khalayak Sasaran Public Relations*

Khalayak sangat penting bagi perusahaan sebagai sasaran penggunaan produk yang dihasilkan dari usahanya dan juga menentukan sukses tidaknya visi dan misi perusahaan. Teknik komunikasi dan media yang digunakan disesuaikan dengan publik yang dijadikan sasaran agar kegiatan yang dilakukan efektif dan efisien.

Khalayak *public relations* menurut Wheelen dan Hunger (dalam Iriantara, 2004:46) adalah “Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan dengan aktivitas organisasi dan karena memiliki kepentingan, maka kelompok-kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan”. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa khalayak *public relations* adalah masyarakat yang mempunyai kepentingan-kepentingan organisasi dimana masyarakat tersebut berpengaruh.

Khalayak sasaran ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu publik internal dan publik eksternal, sebagaimana diungkapkan Suhandang (2004:32) berkaitan dengan pengertian *public relations*, yakni:

- 1) Publik Internal
Publik internal adalah grup atau himpunan yang berada di dalam perusahaan, organisasai, badan, atau instansi yang bersangkutan.
- 2) Publik Eksternal
Publik eksternal adalah grup atau himpunan yang berada di luar perusahaan, oraganisasai, badan, atau instansi yang bersangkutan.

Suhandang (2004:33) tentang macam-macam dari publik internal dan eksternal, yaitu:

- 1) Publik internal dari suatu perusahaan, organisasi, badan atau instansi tertentu :
 - a) Para pegawai beserta anggota keluarga dari perusahaan, organisasi, badan atau instansi tersebut, dan lazim disebut dengan *employee public*.
 - b) Serikat buruh atau karyawan yang hidup dan berkembang di dalam perusahaan, organisasai, badan atau instansi.
 - c) Para pemegang saham perusahaan, organisasi, badan atau instansi, biasa disebut *stockholder public*.
- 2) Publik eksternal dari suatu perusahaan, organisasi, badan atau instansi tertentu :
 - a) Orang-orang atau penduduk yang tinggal di sekitar daerah dimana perusahaan, organisasi, badan atau instansi itu berada, himpunan ini biasa disebut *community public*.
 - b) Pelanggan atau relasi dari perusahaan, organisasi, badan atau instansi, atau biasa disebut *customary public*.
 - c) Para pemasok bahan baku dan penyalur hasil produksi dari perusahaan, organisasi, badan atau instansi, dan mereka itu biasa disebut *supplier public*.
 - d) Para pembeli atau pemakai barang dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan, organisasi, badan atau instansi, biasa disebut *customer public*.
 - e) Para *opinion leader* atau orang-orang yang berpengaruh di kalangan masyarakatnya.
 - f) Organisasi-organisasi masyarakat yang mempunyai kepentingan-kepentingan atau keterkaitan usaha dengan perusahaan, organisai, badan atau instansi itu.
 - g) Khalayak ramai atau *general public* yang berkepentingan atau bersimpati terhadap usaha perusahaan, organisasi, badan atau instansi dimaksud.

Khalayak sasaran pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember meliputi publik internal yang terdiri dari pemegang saham, pimpinan, karyawan, keluarga karyawan dan publik eksternal yang terdiri dari pemerintah, nasabah, developer, media massa, kalangan akademik, lingkungan sekitar.

g. Komunikasi *Public Relations*

Hubungan dengan publik intern dan publik ekstern dibutuhkan komunikasi yang baik. Ciri khas hubungan publik yang tepat menurut Ruslan (2008:15) adalah “Menciptakan komunikasi dua arah”. Pesan yang disampaikan oleh komunikator harus mempunyai pengertian sama yang diterima komunikan, agar pesan dapat dimengerti sehingga komunikator dapat mengetahui bagaimana reaksi dan respon komunikan terhadap pesan yang disampaikan. Adanya komunikasi menimbulkan proses interaksi antar individu, antar organisasi atau antar perusahaan, maupun antarindividu dengan perusahaan. Secara garis besarnya menurut Widjaja (2000:15) bahwa, komunikasi adalah “Menyampaikan informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain”. Proses penyampaian informasi dan pengertian dilakukan dengan cara mengelola aktivitas dalam perusahaan melalui proses komunikasi.

Proses komunikasi berlangsung dengan semua unsur yang terlibat didalamnya. Unsur-unsur pokok tersebut, menurut Widjaja (2000:30) sebagai berikut:

- 1) Sumber
Sumber adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.
- 2) Komunikator
Setiap orang ataupun kelompok dapat menyampaikan pesan-pesan komunikasi itu sebagai suatu proses dimana komunikator dapat menjadi komunikan dan sebaliknya.
- 3) Pesan
Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator dengan menyampaikan inti pesan yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Dipertegas pula dengan Abdurrachman (2001:30) yang menyatakan bahwa, “Pesan yang disampaikan komunikator harus mempunyai pengertian yang sama dengan komunikan agar dapat dimengertinya, sehingga komunikator akan mengetahui reaksi dan respon dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan”.

4) *Channel* (saluran)

Channel adalah saluran penyampaian pesan, biasanya disebut media.

5) *Effect*

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka itu berarti komunikasi berhasil, demikian juga sebaliknya.

Public relations yang efektif itu adalah komunikasi yang efektif, maka diperlukan beberapa tahap dalam proses komunikasi tersebut. Cutlip dan Center (dalam Abdurrachman, 2001:31-33) bahwa komunikasi yang efektif harus dilaksanakan melalui empat tahap:

1) *Fact finding*

Mencari, mengumpulkan data-data/fakta-fakta sebelum seseorang melakukan suatu tindakan atau kegiatan.

2) *Planning*

Berdasarkan fakta-fakta/data, dibuatlah rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi problema-problema itu. Agar terhindar dari kegagalan dalam melaksanakan tugasnya dan memperoleh hasil yang diharapkan, maka komunikasi harus *well-planned*.

3) *Communicating*

Setelah rencana disusun dengan rapi sebagai hasil dari pemikiran yang berdasarkan fakta-fakta, maka dilakukan pengoperasiannya.

4) *Evaluation*

Mengadakan evaluasi tentang kegiatan untuk menilai apakah tujuan itu sudah tercapai, apakah perlu diadakan operasi lagi, atau perlu menggunakan cara lain agar mendapat hasil yang lebih baik.

Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember meliputi tahap *fact finding*, *planning*, *communication* dan *evaluations*. Schramm (dalam Iriantara, 2004:63) agar komunikasi yang dilakukan berhasil perlu melakukan beberapa upaya:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.

- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada, pada saat ia digerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Kegiatan komunikasi dalam *public relations* ditujukan kepada masyarakat yang ada dalam organisasi dan masyarakat luar organisasi. Khususnya dalam komunikasi manajemen, menurut Effendy (dalam Ruslan, 2008:91) bahwa komunikasi perusahaan bersifat tiga dimensi yaitu:

- 1) Komunikasi vertikal
Yakni komunikasi dua arah timbal balik dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas yang memegang peranan cukup vital dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen. Komunikasi berlangsung dari pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, informasi penjelasan, dan penugasan kepada ketua tim dan bawahan, kemudian komunikasi dari bawahan memberikan laporan, pelaksanaan tugas, sumbang saran dan hingga pengaduan kepada pimpinannya.
- 2) Komunikasi horizontal
Merupakan komunikasi satu level yaitu antar karyawan, antar pimpinan departemen, dan lain sebagainya.
- 3) Komunikasi eksternal
Komunikasi antara pihak perusahaan dengan pihak luar. Keberhasilan dalam membina komunikasi eksternal juga sekaligus keberhasilan pihak pejabat *public relations* dalam upaya memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi, kerja sama, dan lain sebagainya, dengan pihak publiknya.

Komunikasi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* harus bersifat persuasif. Menurut Suhandang (2004:55) persuasi adalah “Kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan tingkah laku seseorang atau orang banyak didasarkan pada interaksi yang menggunakan argumentasi serta alasan-alasan psikologis”. Apabila hendak melakukan kegiatan persuasif dalam usaha memperkuat, mempengaruhi, serta mengubah pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku seseorang atau khalayak ramai, seharusnya menentukan faktor-faktor penentu dalam diri

sasaran, hambatan atau kendala terhadap persuasi dan norma-norma kelompok yang dianutnya.

Seorang *persuader* (orang yang melakukan persuasi) dalam melaksanakan kegiatan persuasi harus membiasakan diri berbicara dengan kata-kata, istilah-istilah dan ide-ide yang dimengerti oleh banyak orang. Menurut Harvey (dalam Suhandang, 2004:64) mengemukakan empat kewajiban bagi *persuader*, yaitu:

- 1) Persoalan mesti dijelaskan sejas mungkin.
- 2) Himbauan persuasi hendaknya dilakukan lebih banyak secara langsung dan emosional daripada intelektual.
- 3) Bahasa yang digunakan hendaknya sesederhana mungkin sehingga dapat diilhami secara mudah.
- 4) Pertanyaan hendaknya disusun secara jelas dan diulang berkali-kali.

Keberhasilan seorang *public relations* dalam melaksanakan kegiatannya sangat ditentukan oleh kecakapannya dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan. Faktor pesan ini sangat penting karena dengan memperhatikan faktor pesan seorang *public relations* dapat mengetahui bagaimana respon dan reaksi dari publik suatu organisasi terhadap pesan yang disampaikan. Faktor penting yang tidak kalah pentingnya adalah faktor manusia, maka sifat, perilaku dan lingkungan sekitarnya perlu dipertimbangkan juga karena dengan teknologi yang semakin maju akan berdampak langsung terhadap penggunaan media komunikasi dan akan berpengaruh pada kegiatan *public relations*.

2.1.2 Penanganan Keluhan Nasabah (Pelanggan)

a. Pengertian Keluhan Nasabah (Pelanggan)

Setiap perusahaan akan berhadapan dengan banyak tipe pelanggan. Sebaik apapun kinerja perusahaan, kenyataan di lapangan sering ditemukan hal-hal yang tidak menyenangkan bagi pelanggan. Menangani keluhan pelanggan dapat dikatakan sebagai kesempatan kedua yang diberikan oleh pelanggan, jika kesempatan pertama gagal memenuhi harapan mereka. Menurut Mowen dan Minor (2002:117) keluhan pelanggan adalah: "Konsumen atau pelanggan yang mengeluh karena tidak puas

dengan produk atau jasa yang telah dibeli atau dipakai. Sehingga pelanggan tersebut menjadi kecewa dan sakit hati". Pada dasarnya pelanggan mengeluh untuk menutupi kerugian ekonomi. Mereka mungkin berusaha untuk menukar produk bermasalah dengan produk lainnya, atau berusaha memperoleh uang mereka kembali.

Keluhan nasabah (pelanggan) tidak dapat diabaikan karena terkait kondisi positif bagi perkembangan organisasi/perusahaan dalam memberikan pelayanan. Keluhan nasabah (pelanggan) mendorong perusahaan untuk menyempurnakan aspek-aspek yang perlu diperbaiki, menunjukkan loyalitas perusahaan kepada nasabah (pelanggan), menghindari publikasi yang negatif, memperbaiki hubungan dengan pelanggan/nasabah yang kecewa, mengubah nasabah (pelanggan) yang tidak puas menjadi puas.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2001:10) adalah:

Sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila prestasi sesuai atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau gembira.

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa. Menurut Pandi (dalam Hasan, 2009:68) ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu:

- 1) Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan.
- 2) Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

Menurut Pandi (dalam Hasan, 2009:69) aspek-aspek yang ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah:

- 1) Keluhan
- 2) Pengembalian produk
- 3) Biaya garansi
- 4) Rekomendasi negatif

Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah melalui adanya keluhan yang diajukan oleh nasabah baik melalui telepon maupun mengajukan keluhan dengan datang langsung ke kantor Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

b. Penanganan Keluhan Nasabah (Pelanggan)

Semua keluhan nasabah (pelanggan) pada prinsipnya harus disikapi dan ditanggapi, karena sudah menjadi hak pelanggan/nasabah untuk mendapatkan mutu dari setiap produk atau jasa yang dibayarnya. Mowen (2002:105) menyatakan bahwa “Konsumen yang mengeluh lebih mungkin untuk meninggalkan hubungan dan lebih mungkin untuk mengurangi konsumsi barang atau jasa”. Perusahaan harus mempunyai mekanisme untuk menangani keluhan nasabah (pelanggan). Nomor bebas pulsa merupakan salah satu cara yang efektif dalam menangani keluhan. Selain itu perusahaan harus menetapkan semacam ganti rugi untuk keluhan nasabah yang sah. Dimaksudkan untuk tetap menjaga kepercayaan nasabah (pelanggan) terhadap perusahaan.

Praktisi *public relations* dalam menangani keluhan nasabah (pelanggan) terlebih dahulu harus mengetahui kebutuhan-kebutuhan dasar dari pelanggan/nasabah. Kebutuhan-kebutuhan tersebut menurut Ruslan (2009:290), sebagai berikut :

- 1) Pelanggan adalah “raja” dan ingin dianggap selalu benar
- 2) Pelanggan ingin mendapat perhatian dengan sungguh-sungguh, dihormati dan diperlakukan sebagai orang penting
- 3) Pelanggan ingin diperhatikan secara istimewa dan khusus
- 4) Pelanggan selalu haus akan perhatian dan penghargaan yang tulus
- 5) Pelanggan selalu berupaya untuk mencari hal yang enak dan menyenangkan hatinya
- 6) Pelanggan berhak atas informasi yang jujur dan benar
- 7) Pelanggan ingin mendapat atau suaranya didengar atau diperhatikan dengan sungguh-sungguh
- 8) Pelanggan lebih tertarik pada masalahnya sendiri daripada apapun yang terjadi di dunia ini

Setelah mengetahui dasar pokok kebutuhan pelanggan tersebut, langkah yang dapat diambil dalam menghadapi keluhan pelanggan/nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Cari dan sambut keluhan itu
- 2) Terima keluhan dengan sungguh-sungguh
- 3) Sertakan pimpinan puncak untuk menanggapi keluhan
- 4) Pertimbangkan sistem untuk menyimpan dan mengklasifikasikan keluhan
- 5) Tetapkan saran untuk menyelesaikan keluhan
- 6) Jadikan keluhan untuk sarana evaluasi

Ruslan (2008:291-292) menyatakan kiat-kiat *customer relations* untuk menghadapi atau melayani keluhan pelanggan/nasabah, yaitu antara lain:

- 1) Hadapi keluhan dengan sikap yang penuh rasa hormat (*respect*)
- 2) Pihak *customer relations* jangan terbawa emosi pelanggan, dan pertahankan suasana tetap *calm down*, walaupun bagaimana panasnya hati si pelanggan yang tengah dihadapinya itu
- 3) Mendengar dengan penuh perhatian akan keluhan-keluhan yang diutarakan tersebut, berbincang-bincang penuh dengan suasana keakraban bagi kedua belah pihak
- 4) Jangan memotong dan jangan memonopoli pembicaraan keluhan si pelanggan tersebut
- 5) Hindari argumentasi yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada dalam persoalan keluhan tersebut
- 6) Berikan penghargaan (*appreciation*) atas keluhan yang disampaikan tersebut, dengan mengucapkan terima kasih yang tulus dan berjanji akan memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam pelayanannya
- 7) Berikan rasa simpati karena kesulitan-kesulitan yang terjadi
- 8) Tawarkan jalan keluar yang terbaik, untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan-keluhan tersebut

Pentingnya *public relations* dalam penanganan keluhan pelanggan dapat terlihat dari peranannya sebagai mediator dalam memberikan penjelasan atas peristiwa dan mengidentifikasi keadaan yang terjadi. Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam menghadapi keluhan nasabah dengan cara menghadapi keluhan dengan penuh rasa hormat, pihak bank tidak terbawa emosi nasabah, mendengarkan keluhan nasabah dengan penuh kesabaran, tidak memotong

dan memonopoli pembicaraan keluhan nasabah, memberikan penghargaan atas keluhan yang disampaikan nasabah dengan mengucapkan terima kasih dan menawarkan jalan keluar untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan.

c. Nasabah

Nasabah menurut Kasmir (2004:94) adalah “Konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank”. Bank dituntut agar tidak menggunakan kedudukannya untuk tidak merugikan para nasabahnya tetapi harus melayani kebutuhan-kebutuhan masyarakat secara adil dan merata.

2.1.3 Bank

a. Pengertian Bank

Bank memiliki produk yang digolongkan sebagai jasa. Bank sebagai suatu lembaga yang mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara dengan jasa-jasa keuangan yang disediakannya. Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian negara dengan menghimpun dan menyalurkan dana.

Pengertian bank menurut Kasmir (2004:8) adalah “Lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”.

b. Kegiatan Bank

Menurut Kasmir (2004:9) kegiatan bank sebagai berikut:

- 1) Menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat dalam bentuk sumbangan, dalam hal ini bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran. Untuk memenuhi tujuan di atas baik untuk mengamankan uang maupun untuk melakukan investasi, bank menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan. Jenis simpanan yang ditawarkan sangat bervariasi tergantung dari bank yang bersangkutan. Sarana umum jenis simpanan yang ada di bank adalah terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito.

- 2) Menyalurkan dana (*lending*) ke masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat. Dengan kata lain bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkannya. Pinjaman atau kredit yang diberikan dibagi dalam berbagai jenis sesuai dengan keinginan nasabah. Sebelum kredit diberikan atau tidak. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari kerugian akibat tidak dikembalikannya pinjaman yang disalurkan bank. Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah seperti kredit investasi, kredit modal kerja atau kredit perdagangan.
- 3) Memberikan jasa-jasa lainnya (*service*) seperti pengiriman uang (*transfer*), pengalihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), pengalihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit* (L/C), safe deposit box, bank garai, bank notes, travelers cheque, dan jasa lainnya. Jasa-jasa bank lainnya ini merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana.

Kegiatan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember meliputi menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti pengiriman uang (*transfer*).

c. Fungsi Bank

Sinungun (dalam Sarwedi, 2002:5) berpendapat bahwa bank mempunyai fungsi sebagai berikut:

- 1) Lembaga yang menghimpun dana masyarakat.
- 2) Lembaga yang menyalurkan dana dari masyarakat dalam bentuk kredit.
- 3) Lembaga yang memperlancar transaksi perdagangan dan pembayaran uang.

Kasmir (2004:10) menyatakan fungsi bank adalah “Lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana”. Masyarakat yang kelebihan dana adalah masyarakat yang memiliki dana yang berlebihan kemudian disimpan di bank karena terhindar dari kehilangan atau kerusakan. Penyimpanan uang di bank aman dan menghasilkan bunga dari uang yang disimpannya. Dana simpanan dari masyarakat yang kelebihan dana itu disalurkan kepada masyarakat yang kekurangan dana. Masyarakat yang kekurangan dana atau membutuhkan dana untuk membiayai usahanya atau untuk kebutuhan rumah tangga dapat memenuhi beberapa persyaratan yang diajukan oleh

bank yang bersangkutan. Masyarakat yang meminjam dana dikenakan bunga dan biaya administrasi lainnya yang besarnya tergantung dari masing-masing bank yang bersangkutan.

d. Tujuan Bank

Tujuan bank sebagaimana tercantum dalam pasal 4 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 (selanjutnya disebut Undang-Undang Perbankan) adalah “Bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan rakyat banyak”.

e. Usaha-Usaha Perbankan

Pada dasarnya bank merupakan suatu perantara antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Sehingga, usaha pokok bank didasarkan atas empat hal pokok menurut Hasibuan (2005:5) yaitu:

- 1) *Denomination Divisibility* adalah bank menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana yang masing-masing nilainya relatif kecil, tetapi secara keseluruhan memiliki jumlah yang sangat besar. Sehingga, bank dapat memenuhi permintaan dari pihak yang kekurangan dana dan membutuhkan dana tersebut dalam bentuk kredit.
- 2) *Maturity flexibility* adalah bank yang menghimpun dana dan menyelenggarakan dalam bentuk simpanan yang bervariasi jangka waktu dan penarikannya. Penarikan yang dilakukan oleh pihak yang membutuhkan dan juga bervariasi sehingga terdapat dana yang mengendap. Dana yang mengendap inilah yang dipinjam oleh pihak yang membutuhkan dana dari bank yang bersangkutan.
- 3) *Liquidity transformation* adalah dana yang disimpan oleh penabung kepada bank yang umumnya bersifat likuid. Sehingga, pihak yang kelebihan dana dengan mudah mencairkannya sesuai dengan bentuk tabungannya. Untuk menjaga likuiditas, bank diharuskan menjaga dan mengendalikan posisi likuiditas atau giro wajib minimumnya. Cara wajib minimum ditetapkan oleh Bank Indonesia dengan perhitungan jumlah uang yang beredar agar seimbang dengan volume perdagangan ($MV=PT$, rumus *fisher*). Dengan seimbang nya uang yang beredar, diharapkan nilai tukar uang relative stabil.
- 4) *Risk diversification* adalah bank yang dalam menyalurkan kreditnya kepada nasabah dengan sektor perekonomian yang beraneka ragam sehingga risiko yang dihadapi bank dengan cara menyebarkan kredit menjadi semakin kecil.

Usaha pokok pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember termasuk *Denomination Divisibility*, dimana PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana yang masing-masing nilainya relatif kecil, tetapi secara keseluruhan memiliki jumlah yang sangat besar. Sehingga, bank dapat memenuhi permintaan dari pihak yang kekurangan dana dan membutuhkan dana tersebut dalam bentuk kredit.

2.1.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

a. Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember merupakan salah satu bank yang kegiatan usahanya berupa produk dana, jasa dan layanan, produk kredit KPR, dan produk dana BTN Syariah. Sesuai dengan ditunjuknya oleh pemerintah Indonesia pada tanggal 29 Januari 1974 melalui Surat Menteri Keuangan RI No. B-49/MK/1974 sebagai bank pelopor dalam wadah pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang ditujukan bagi kalangan menengah kebawah dengan perhitungan suku bunga bersubsidi yang diberikan oleh pemerintah. Selain itu juga, pembinaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) diperuntukan masyarakat kalangan menengah keatas dengan perhitungan suku bunga komersil yang disesuaikan dengan suku bunga pasar.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan produk kredit dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) untuk pembiayaan akan kepemilikan rumah yang diperuntukan bagi masyarakat umum sesuai dengan syarat yang telah ditentukan dan disepakati antara pihak bank dengan calon nasabahnya. Adapun persyaratan pemohon adalah sebagai berikut:

- 1) Warga Negara Indonesia
- 2) Surat Keterangan Berkewarganegaraan Indonesia bagi WNI
- 3) Berusia 21 tahun atau telah menikah dan berwenang melakukan tindakan hukum
- 4) Pada saat kredit lunas usia pemohon tidak melebihi 65 tahun

- 5) Memiliki penghasilan yang menurut perhitungan bank dapat menjamin kelangsungan pembayaran kewajiban
- 6) Mempunyai pekerjaan tetap atau menjalankan usahanya sendiri dengan masa kerja minimal 1 tahun
- 7) Tidak memiliki kredit bermasalah baik di BTN maupun di bank lain
- 8) Pemohon yang masih berstatus sebagai debitur di bank untuk jenis kredit apapun, disyaratkan:
 - a) Sesuai ketentuan bank penghasilannya masih cukup untuk membayar kewajiban (angsuran pokok dan bunga) atas seluruh kreditnya baik yang telah ada maupun yang akan diminta.
 - b) Telah menjadi debitur sekurang-kurangnya 1 tahun dan selama menjadi debitur (minimal 1 tahun terakhir) tidak pernah menunggak.
- 9) Menyampaikan NPWP pribadi untuk pemohon dengan jumlah kredit > Rp. 100.000.000 atau SPT pasal 21 form A1 untuk pemohon dengan jumlah kredit > Rp. 50.000.000 sampai dengan < Rp. 100.000.000 atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kelengkapan data pemohon, terdiri dari:

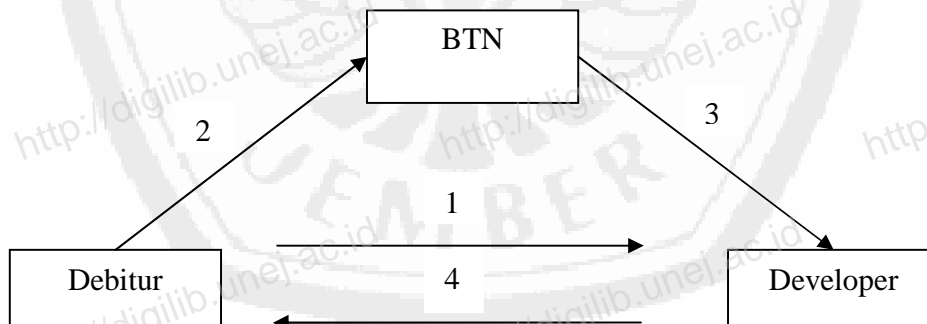
- a) Berpenghasilan tetap atau karyawan
 - (1) Aplikasi Pemohon
 - (2) Copy KTP, KK, Surat nikah/cerai, pas photo pemohon dan pasangan (suami/istri) yang terbaru
 - (3) Copy slip gaji atau surat keterangan penghasilan yang telah disahkan
 - (4) Copy rekening tabungan/giro BTN dan/atau bank lain
 - (5) Surat kuasa pemotongan gaji untuk pembayaran angsuran kolektif
- b) Berpenghasilan tidak tetap atau wiraswasta
 - (1) Aplikasi pemohon

- (2) Copy KTP, KK, surat nikah/cerai, pas photo pemohon dan pasangan (suami/istri) yang terbaru
- (3) Surat keterangan penghasilan
- (4) Copy rekening tabungan/giro BTN dan/atau bank lain
- (5) Copy akta perusahaan, ijin usaha.
- (6) Laporan keuangan perusahaan

b. Ketentuan-Ketentuan Mengenai Kredit Pemilikan Rumah (KPR)

Kredit pemilikan rumah adalah kredit yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember kepada debitur yang digunakan untuk membeli sebuah bangunan rumah tempat tinggal dengan tanahnya untuk dimiliki dan dihuni atau dipergunakan sendiri berdasarkan perjanjian kredit antara bank dengan debitur yang mewajibkan debitur untuk melunasi kewajibannya kepada bank dalam jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga yang telah ditentukan. Adapun alur-alur terjadinya kredit pemilikan rumah (KPR) dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1 Alur terjadinya Kredit Pemilikan Rumah (KPR)



Sumber data: PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember (2009).

Keterangan:

- 1) Debitur membeli rumah kepada developer.
- 2) Debitur tidak dapat membeli secara tunai, maka debitur mengajukan kredit kepada Bank Tabungan Negara.

- 3) Setelah diadakan akad kredit antara debitur dengan Bank Tabungan Negara, maka pihak Bank Tabungan Negara mencairkan dananya dengan mengkredit rekening giro developer.
- 4) Setelah membelian rumah dilunasi oleh debitur, yaitu dengan adanya transfer dana rekening giro developer maka developer memberikan rumah kepada debitur.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

2.2.1 Penelitian dalam bentuk skripsi

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya yang juga meneliti tentang menangani keluhan nasabah. Penelitian oleh Fitria Anggrainy dengan judul “Peran *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Pelanggan Telepon Tetap Kabel (*fixed wire line*) Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk) Kandatel Jember”. Analisis data yang digunakan analisis domain dan taksonomi. Hasil dari penelitian ini adalah peran *public relations* dalam menangani keluhan yaitu bersifat ke dalam dan ke luar. Ke dalam yaitu *building corporate identity and image*, sedangkan ke luar yaitu *facing crisis*.

Penelitian sejenis juga pernah dilakukan oleh Ratna Wulan Novi Pramitasari dengan judul “Peranan *Public Relations* Melalui *Customer service* dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Tbk) Cabang Jember”. Analisis data yang digunakan adalah analisis domain dan taksonomi. Hasil dari penelitian ini adalah peranan *public relations* melalui *customer service* dalam menangani keluhan nasabah yaitu sebagai *communications fasilitator* dan *problem solving process fasilitator*. Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang akan dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 2.1 perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

No	Uraian	Anggrainy	Pramitasari	Ina Syarifah
1	Judul	Peran <i>Public Relations</i> dalam Menangani Keluhan Pelanggan Telepon Tetap Kabel (<i>fixed wire line</i>) Pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk) Kandatel Jember	Peranan <i>Public Relations</i> Melalui <i>Customer service</i> dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Tbk) Cabang Jember	Peranan <i>Public Relations</i> dalam Menangani Keluhan Nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember
2	Lokasi	PT. Telkom (Tbk) Kandatel Jember	PT. Bank Rakyat Indonesia (Tbk) Cabang Jember	PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember
3	Bidang yang diteliti	Peran <i>public relations</i> pada perusahaan jasa komunikasi	Peranan <i>public relations</i> pada perusahaan jasa perbankan	Peranan <i>public relations</i> pada perusahaan jasa perbankan
4	Divisi <i>public relations</i> pada perusahaan	Terdapat divisi <i>public relations (state of being)</i>	Tidak terdapat divisi <i>public relations (methode of communication)</i>	Tidak terdapat divisi <i>public relations (methode of communication)</i>
5	Analisis data	Analisis domain dan taksonomi	Analisis domain dan taksonomi	Analisis domain dan taksonomi
6	Hasil	Peran <i>public relations</i> dalam menangani keluhan yaitu bersifat ke dalam dan ke luar. Ke dalam yaitu <i>building corporate identity and image</i> , sedangkan ke luar yaitu <i>facing crisis</i> .	Peranan <i>public relations</i> dalam menangani keluhan nasabah adalah sebagai <i>communications fasilitator</i> dan <i>problem solving process fasilitator</i> .	

Sumber: Skripsi Anggrainy (2004) dan Pramitasari (2009).

2.2.2 Penelitian dalam bentuk jurnal

Penelitian mengenai peranan *public relations* juga pernah dilakukan oleh para peneliti dalam bentuk jurnal. Hasil penelitian yang telah dilakukan memberi gambaran terhadap peneliti berikutnya dalam mengerjakan penelitiannya. Adapun hasil penelitian dari para peneliti terdahulu dan relevansi hasil penelitian terhadap penelitian sekarang yaitu :

Tabel 2.2 Jurnal Penelitian Terdahulu dan Relevansi terhadap Penelitian Sekarang

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1	Sari Mardianan (2007)	Fungsi dan peranan <i>public relations</i> pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan.	<p>a. Untuk mengetahui bagaimana fungsi dan peranan <i>public relations</i> pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan.</p> <p>b. Untuk mengetahui sejauh mana peranan <i>public relations</i> dalam menghadapi pekerjaan kantor</p>	Fungsi dan peranan <i>public relations</i> yang dijalankan telah memberikan hasil yang memuaskan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba maksimal dan berhasil menciptakan citra positif publik yang baik mengenai PT. Perkebunan Nusantara III Medan	<i>Public relations</i> sebagai <i>communicator</i> , dalam hal ini sebagai pihak yang mengkomunikasikan pesan atau informasi untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam hal menjelaskan keinginan dan kebijakan perusahaan. Kegiatan <i>public relations</i> meliputi kegiatan internal dan

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
					eksternal. Kegiatan internal bertujuan untuk menjembatani hubungan antara karyawan dengan pimpinan di dalam suatu perusahaan. Sedangkan kegiatan eksternal bertujuan untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang diluar perusahaan sehingga terbentuk opini publik yang baik terhadap perusahaan tersebut.
2	Noviani Juliana Khor (2005)	fungsi dan peranan <i>public relations</i> sebagai alat komunikasi	a. Untuk mendapatk an gambaran yang jelas mengenai	Fungsi dan peranan <i>public relations</i> yang dijalankan telah	Pelaksanaan kegiatan <i>public relations</i> sangat berperan

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
		pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Divisi Regional I Sumatera.	fungsi dan peranan <i>public relations</i> pada PT. Telkom. b. Untuk mengetahui manfaat dari <i>public relations</i> pada PT. Telkom.	memberikan hasil yang memuaskan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah konsumen yang memakai jasa fastel dari Telkom, dengan meningkatkan jumlah pelanggan maka dapat juga meningkatkan pendapatan perusahaan, dan hal ini menjadi tujuan perusahaan.	dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk atau jasa perusahaan, yang salah satunya adalah mengadakan kerjasama dengan lembaga pemerintahan dan swasta.

Sumber: Data diolah (2010)

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bentuk kegiatan ilmiah yang berdasarkan pada sistem yang bersifat ilmiah sehingga penelitian tersebut berdasarkan pada ilmu pengetahuan. Peneliti dalam metode penelitian pada dasarnya mengungkapkan sejumlah cara yang diatur secara sistematis, logis, rasional dan terarah tentang bagaimana pekerjaan sebelum, ketika dan sesudah mengumpulkan data sehingga diharapkan mampu menjawab secara ilmiah perumusan masalah yang telah ditetapkan.

3.1 Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian ini dilakukan peneliti langsung dilapangan dengan mengumpulkan data yang akan memahami secara mendalam tentang obyek yang diteliti. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka metode penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif menurut Moleong (2004:11) ialah:

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya dimana itu semua berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan.

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Paradigma kualitatif menurut Bodgan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2004:4) mengatakan bahwa, “Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Jenis metode penelitian ini dipilih dengan alasan bahwa metode penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri informasi yang diperoleh adalah alami, memahami dan memaparkan fakta-fakta dengan uraian sesuai dengan obyek

penelitian, sehingga sesuai dengan penelitian yang ingin memaparkan kondisi perusahaan. Penelitian ini mencoba menguraikan suatu keadaan yang diteliti dan mengumpulkan fakta-fakta dari kejadian.

3.2 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan peneliti dengan mengkaji terhadap pustaka-pustaka yang relevan terhadap masalah yang diteliti. Studi kepustakaan diperoleh dengan cara mempelajari buku-buku, majalah-majalah, atau hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Tujuan melakukan studi kepustakaan adalah menambah dan memperluas pengetahuan peneliti serta dapat menemukan teori-teori yang relevan digunakan untuk memperkuat konsep-konsep yang berkaitan dengan batasan penelitian.

b. Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan permasalahan penelitian. Permasalahan penelitian ini adalah mendeskripsikan peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember, maka penelitian dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang berlokasi di Jalan A. Yani No. 05. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) berhasil masuk ke jajaran 10 bank umum dalam penyaluran kredit pada kuartal 1 tahun 2009. Penyaluran kredit pada BTN di dominasi oleh KPR.
- 2) PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember mempunyai produk utama, yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

- 3) PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember mempunyai *job description complain handling*/menangani keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

c. Survey pendahulu

Survey pendahulu dimaksudkan untuk melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Pelaksanaan survey pendahulu langsung dilakukan pada Perseroan Terbatas (PT) Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang bertujuan untuk memperoleh informasi awal yang terkait dengan masalah penelitian yaitu peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah kredit pemilikan rumah (KPR) pada Perseroan Terbatas (PT) Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

d. Karakteristik Informan

Menurut Moleong (2004:132) mengenai pengertian informan adalah “Orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian”. Dalam penelitian kualitatif informan sangat penting, karena itu peneliti harus memilih orang yang benar-benar tepat sebagai informan agar data atau informasi yang diperoleh benar-benar tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Jumlah informan dalam penelitian kualitatif tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, akan tetapi disesuaikan dengan jumlah informasi yang diperlukan.

Peneliti mengidentifikasi dan memilih informan yang mengetahui topik penelitian secara mendalam dan mengacu pada kriteria dalam memilih sampel awal yang dikemukakan oleh Spradley (dalam Faizal, 1990:44-45), kriteria tersebut adalah

- 1) Subyek yang sudah cukup lama dan menyatu pada suatu kegiatan atau medan aktivitas.
- 2) Subyek yang masih terlibat secara penuh atau aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian peneliti.
- 3) Subyek yang memiliki cukup banyak waktu atau aktif untuk dimintai informasi.

- 4) Subyek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu.
- 5) Subyek yang sebelumnya masih tergolong asing dengan peneliti sehingga peneliti dapat merasa lebih tertantang untuk belajar sebanyak mungkin dari subyek yang menjadi semacam guru atau nara sumber baginya.

Gambaran penelitian harus diperluas dan diperdalam, sehingga peneliti akan menentukan informan yang akan dijadikan informan kunci (*key informan*), yang nantinya *key informan* tersebut akan menunjukkan pada peneliti mengenai informan-informan lain yang berkompeten dan dapat memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan peneliti. Proses dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *snowball* dengan cara *purposive sampling* dalam menentukan informan penelitiannya.

Adapun *key informan* yang dipilih dalam penelitian ini adalah :

Nama	: Agus Sutrisno
Jabatan	: Staff Operasional
Masa Kerja	: 5 Tahun
Karakteristik Informan	: Karyawan yang membimbing peneliti dalam melakukan penelitian di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
Topik Wawancara	: Mengenai gambaran umum perusahaan dan aktivitas <i>public relations</i> dan khalayak <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

Dengan menggunakan metode ini penelitian akan dihentikan apabila informasi yang diberikan oleh para informan sudah mencukupi. Jumlah informan dalam penelitian ini juga akan dipengaruhi oleh informan yang dibutuhkan oleh peneliti. Informan-informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan data dari informan kunci, sehingga hal ini memudahkan peneliti ketika terjun ke lapangan. Informan yang terdapat dalam penelitian ini terbagi kedalam informan internal (karyawan) dan informan eksternal (nasabah dan developer). Adapun informan-informan tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Informan internal PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

a) Nama	: Tri Budianto
Jabatan	: Staf Pembinaan

Masa Kerja : 7 tahun
 Karakteristik Informan : Karyawan yang bertugas mengadakan pengarahan bagi debitur mengenai angsuran kredit dan pemeliharaan kredit.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan aktivitas *public relations* dan khalayak *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

b) Nama : Moch. Amin Sholeh
 Jabatan : *Retail Service*
 Masa Kerja : 3 tahun
 Karakteristik Informan : Karyawan yang bertugas mengawasi standar pelayanan nasabah.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan khalayak *public relations*, peranan *public relations* dan pelayanan yang diberikan PT. Bank Negara (Persero) Cabang Jember.

c) Nama : Amri Widayati
 Jabatan : *loan service*
 Masa Kerja : 12 tahun
 Karakteristik Informan : Karyawan yang menangani bidang pelayanan nasabah KPR.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan aktivitas *public relations*, peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah, jenis keluhan nasabah KPR, upaya yang dilakukan serta tolok ukur penanganan keluhan nasabah KPR.

2) Informan eksternal pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

a) Nama : Pras Raharjo
 Umur : 56 tahun
 Pekerjaan : Developer
 Kriteria : Developer pada perumahan Tidar, dimana perumahan Tidar terdapat banyak keluhan.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan kualitas bangunan.

b) Nama : Yusleli
 Umur : 39 tahun
 Pekerjaan : PNS

- Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
- Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan, jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan dan tanggapan dari perusahaan.
- c) Nama : Djunaidi
Umur : 40 tahun
Pekerjaan : Sopir
Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan.
- d) Nama : Muhammad Jupri
Umur : 36 tahun
Pekerjaan : Salesman
Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan.
- e) Nama : Heni Hariartik
Umur : 33 tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan.
- f) Nama : Yuslinda
Umur : 34 Tahun
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan, jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan dan tanggapan dari perusahaan.
- g) Nama : Mahrus
Umur : 50 tahun
Pekerjaan : PNS

Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan.

h) Nama : Utari
 Umur : 22 tahun
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan.

i) Nama : Alex
 Umur : 55 tahun
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Kriteria : Nasabah yang pernah mengajukan keluhan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.
 Topik Wawancara : Berkaitan dengan keluhan yang diajukan dan jangka waktu penyelesaian oleh perusahaan dan tanggapan dari perusahaan.

3.3 Tahap Pengumpulan Data

Data merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menganalisa suatu masalah. Tahap pengumpulan data diperlukan dalam rangka memperoleh data yang akurat dalam suatu penelitian. Teknik-teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer

1) Observasi

Observasi merupakan teknik yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan pada obyek secara langsung untuk memperoleh data. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung dan peneliti bersifat pasif yaitu mengamati dengan menggunakan catatan-catatan lapang hasil dari pengamatan atau disebut *field notes* mengenai peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam terhadap fokus peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR, dengan menggunakan pedoman wawancara yang berisis beberapa pertanyaan yang diperuntukkan kepada informan yang dinilai mampu dan mempunyai waktu untuk memberikan informasi. Wawancara yang dilakukan sifatnya tidak terstruktur, dalam artian wawancara yang dilakukan dapat berkembang tergantung kesiapan dan perkembangan informasi yang diberikan oleh informan.

b. Data sekunder

3) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melihat dokumen atau arsip perusahaan yang berkaitan dengan peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR. Adapun data yang diambil antara lain mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan dan data lainnya yang sesuai dengan obyek penelitian.

3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan maksud agar data yang diperoleh mempunyai derajat kepercayaan atau validitas yang memadai. Validitas dalam penelitian ini sangat penting untuk menjaga agar penelitian tersebut bersifat ilmiah. Tahap pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan teknik perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian dan triangulasi. Menurut Moleong (2004:327-332) definisi dari teknik perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian dan triangulasi:

- a. Perpanjangan pengamatan berarti peneliti dituntut agar terjun ke lokasi dalam waktu yang cukup panjang sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai untuk membangun kepercayaan para subyek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.

- b. Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif.
- c. Triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu melalui sumber lainnya.

3.5 Tahap Analisis Data

Tahap analisis data meliputi proses menganalisis data-data yang diperoleh dari perusahaan guna memecahkan masalah-masalah penelitian. Setelah data terkumpul, seluruh data dalam penelitian kemudian dianalisis secara kualitatif. Menurut Bodgan dan Biklen (dalam Moleong, 2004:248) analisis data kualitatif adalah “Upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.”

Berdasarkan tahapan-tahapan penelitian dalam pengumpulan data, maka analisis yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi. Menurut moleong (2004:149) “Analisis domain dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pengamatan berperantara/wawancara atau pengamatan deskriptif yang terdapat dalam catatan lapangan.” Analisis taksonomi menurut Moleong (2004:150) “Analisis taksonomi dilakukan pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan fokus yang sebelumnya telah dipilih oleh peneliti.” Analisis dimulai dengan mengumpulkan data yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Proses selanjutnya adalah mendeskripsikan data, sehingga menjadi gambaran yang jelas mengenai peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR. Pada akhirnya keseluruhan proses analisis data ini akan diperoleh gambaran mengenai peranan *public relations* dalam penanganan keluhan nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Berikut model analisis data domain dan taksonomi dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Model Analisis Domain Peranan *Public Relations* Secara Umum Terkait dengan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

Domain	Hubungan Semantis	Pertanyaan Stuktural
Aktivitas <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Aktivitas <i>public relations</i> merupakan kegiatan yang dilakukan oleh <i>public relations</i> PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Apa saja Aktivitas <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember?
Khalayak sasaran <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Publik internal dan eksternal merupakan khalayak sasaran <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Siapa saja sasaran aktivitas <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember?
Peranan <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Peranan <i>public relations</i> merupakan keterlibatan <i>public relations</i> dalam operasional PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember	Bagaimana peranan <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Jember?

Tabel 3.2 Model Analisis Taksonomi Peranan *Public Relations* dalam Penanganan Keluhan Nasabah Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

Bidang	Kegiatan	Deskriptif
Peranan <i>public relations</i> dalam penanganan keluhan nasabah produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	Pengenalan situasi dan penemuan fakta	Melakukan identifikasi
	Perencanaan	Menentukan kebijakan
	Komunikasi	Penyampaian penyelesaian
	Evaluasi	Menjawab umpan balik
Tolak ukur penanganan keluhan nasabah produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR)	Mengukur kinerja penanganan keluhan nasabah	Adanya batas waktu maksimum penanganan

Analisis dimulai dengan mengumpulkan data mentah dari hasil wawancara dengan informan sesuai dengan peranan *public relations* dalam penanganan keluhan nasabah produk Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Kemudian dari informasi asli dilakukan pendeskripsian data tersebut yang pada dasarnya adalah meringkas data yang telah dipilih dan disesuaikan dengan topik untuk mendapatkan gambaran yang jelas. Proses selanjutnya adalah melakukan interpretasi yaitu memberikan pemahaman analisis terhadap realitas hasil penelitian berdasarkan kerangka teoritis tersebut sehingga akan diperoleh pemahaman. Pada akhirnya dari keseluruhan proses analisis data ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai peranan *public relations* dalam penanganan keluhan nasabah produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan dilakukan sebagai tahap akhir dalam penelitian ini setelah interpretasi data dilakukan. Penarikan kesimpulan menggunakan metode induktif, yaitu penarikan kesimpulan yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus ke dalam hal-hal yang bersifat umum, berarti kesimpulan penelitian ini berangkat dari fenomena di lapangan (*field notes*) dan bertolak dari fenomena lapang tersebut kita dapat menilai peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Bank Tabungan Negara telah ada sejak Belanda menginjakkan kakinya pertama kali di Indonesia. Pada awalnya Bank Tabungan Negara mengalami kesulitan. Setelah itu, puncak perjuangannya adalah pada tahun 1897. Para pelaku pada perkembangan Bank Tabungan Negara pada saat itu yakin bahwa tahun itu sebagai puncak dari pada “cikal bakal” pendirian Bank Tabungan Negara. Hal ini didasari oleh adanya *koninklijk besluit* no. 27 di Hindia Belanda atau dalam istilah Indonesia lebih dikenal dengan nama surat keputusan yang menyatakan adanya pendirian *postpaar bank*.

Pada tahun 1942 Jepang masuk ke Indonesia dan merubah semua bentuk pemerintahan dan segala aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Pemerintah Jepang mengganti dengan *tyokin kyoku*. Akan tetapi pemerintah Jepang tidak berhasil sebagaimana yang telah dilakukan pemerintah Belanda, sebab masyarakat menganggap bahwa menabung melalui *tyokin kyoku* tersebut seperti ada paksaan. Sehingga dengan sendirinya masyarakat enggan untuk melakukan penabungan.

Masa kemerdekaan Republik Indonesia, *tyokin kyoku* diambil alih dan diberi nama Kantor Tabungan Pos (KTP). Aktifitas Kantor Tabungan Pos berhenti pada bulan Desember dan diganti dengan nama “Bank Tabungan Pos” pada tahun 1950. Kantor Tabungan Pos berperan besar dalam pengerjaan penukaran uang Jepang dengan “Oeang Republik Indonesia (ORI)”. Pada masa itu Kantor Tabungan Pos tidak dapat bekerja dengan aman, karena aksi militer Belanda.

Bank Tabungan Negara pada masa peralihan jaman berdasarkan Undang-Undang Darurat No. 50 Tahun 1950 tanggal 9 Februari 1950 merupakan hari jadi

Bank Tabungan Negara sekaligus mengganti nama Bank Tabungan Pos pada saat itu. Tugas yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan sebelumnya pada awalnya mempunyai tugas pokok untuk ikut serta dengan pemerintah memperbaiki rakyat dalam rangka pembangunan ekonomi nasional dengan jalan menghimpun dana dari masyarakat.

Berdasarkan Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia No. B-49/MK/I/1974. Bank Tabungan Negara sebagai wadah pembiayaan proyek perumahan untuk rakyat. Sejalan dengan tugas tersebut, maka tahun 1976 mulailah realisasi pertama Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di Semarang.

Memasuki tahun 1992, berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, bentuk hukum Bank Tabungan Negara menjadi perusahaan perseroan atau dengan sebutan PT. Bank Tabungan Negara (Persero). Pendirian Bank Tabungan Negara didasarkan pada akte pendirian no. 136 tanggal 31 Juli 1992. Sejak tanggal 1 Agustus bidang kegiatan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) diperluas menjadi Bank Umum.

4.1.2 Perkembangan PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

Perkembangan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dibagi menjadi Sembilan periode sebagai berikut :

a. Periode 1897

Pendirian *postpaarbank* berdasarkan Koninklijk Besluit No. 27 tanggal 16 Oktober 1897, yang berkedudukan di Batavia (Jakarta).

b. Periode 1928-1939

Dibuka kantor cabang *postpaarbank* di Makasar (Ujung Pandang), Surabaya dan Medan. Pada tahun 1934 dikenal sebagai era mesin-mesin akuntansi dan pengenalan sertifikat "*current account*". Dana yang berhasil dihimpun oleh *postpaarbank* mencapai Rp. 54 juta.

- c. Periode 1940-1941
Jerman menjadi Netherland, terjadi pengambilan besar-besaran oleh nasabah *postpaabank*. Namun hal ini tidak berlangsung lama, tahun 1941 kepercayaan nasabah timbul kembali dan berhasil menghimpun dana sebesar Rp. 58,8 juta.
- d. Periode 1942-1946
Tahun 1942, Jepang mengambil kekuasaan kolonial dan *postpaarbank* dibekukan, diganti menjadi *Tyokin Kyoku*. Pada masa proklamasi kemerdekaan, *Tyokin Kyoku* diambil alih dan namanya diganti menjadi Kantor Tabungan Pos yang diprakarsai oleh bapak Darmosoesanto sebagai direktur.
- e. Periode 1947-1949
Kantor Tabungan Pos berperan dalam penukaran uang Jepang dengan uang Republik Indonesia (ORI). Pada bulan Juni 1949, pemerintah Republik Indonesia membuka dan mengganti Kantor Tabungan Pos menjadi Bank Tabungan Pos RI.
- f. Pada tahun 1950,
Bank Tabungan Pos RI diganti menjadi Bank Tabungan Pos, pendirian Bank Tabungan Pos RI ditetapkan berdasarkan UU Darurat No. 50 tanggal 9 Februari 1950. Tanggal tersebut awal mula berdirinya Bank Tabungan Negara.
- g. Periode 1964-1968
Bank-bank pemerintah melebur menjadi "bank tunggal" dengan Bank Tabungan Negara. Bank Tabungan Negara menjadi unit V dari Bank Negara Indonesia. Pada tahun 1967 lahir UU Perbankan No. 14 tahun 1967 ditetapkan UU No. 20 tahun 1968 mengenai pendirian Bank Tabungan Negara.
- h. Periode 1974-1991
Pada tahun 1974, Bank Tabungan Negara ditunjuk sebagai wadah pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Tahun 1976, ditandai dengan sejarah realisasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pertama di Semarang, yang mencapai puncaknya pada tahun 1982-1983. Pada akhir 1991, aset Bank Tabungan Negara mencapai Rp. 3,7 triliun.

i. Periode 1992-sekarang

Pada tahun ini berlaku UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan maka bentuk hukum Bank Tabungan Negara berubah menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero). Pendirian PT. Bank Tabungan Negara (Persero) tersebut di Akte Pendirian No. 136 tanggal 31 Juli 1992. Perubahan tersebut akhirnya menjadi gerak Bank Tabungan Negara menjadi leluasa, dari Bank Tabungan sebagai lembaga pembiayaan perusahaan menjadi Bank Umum pada tanggal 1 Agustus 1992.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember didirikan dan diresmikan tanggal 12 Januari 1992 oleh Prof. Dr. Adrianus Mooy sebagai Gubernur BI. Dengan dibukanya kantor PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember, maka penanganan administrasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan transaksi komersial lainnya menjadi semakin mudah khusus untuk daerah wilayah Karisidenan Besuki yang meliputi Jember, Banyuwangi, Bondowoso, dan Situbondo. Sebelumnya penanganan administrasi KPR adalah pada kantor Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Malang.

4.1.3 Visi dan Misi Bank Tabungan Negara (Persero)

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) sebagai Bank Umum memiliki fungsi sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam usaha meningkatkan taraf hidup rakyat. Dalam menyalurkan dana, hendaknya bank tidak semata-mata memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik bank, tetapi kegiatan itu harus diarahkan pada peningkatan pelayanan kepada masyarakat luas. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diharapkan bank mampu meningkatkan kualitas serta kemampuan yang dimilikinya untuk diarahkan kearah yang lebih baik sehingga pemerataan pembangunan di sektor perekonomian khusus perbankan dapat diwujudkan. Untuk mencapai semua tujuan itu PT. Bank Tabungan Negara (Persero) memiliki visi dan

misi perusahaan yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usahanya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Adapun visi dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) adalah Menjadi bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan. Sedangkan misi dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) diantaranya :

- a. Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri, ikatannya kepada lapisan masyarakat menengah kebawah serta menyediakan produk dan jasa perbankan lainnya.
- b. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategi berbasis teknologi terkini.
- c. Menyiapkan dan mengembangkan SDM yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- d. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance* untuk meningkatkan *shareholder value*.
- e. Memperdulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

4.1.4 Peraturan dan Pedoman Perusahaan

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember memiliki peraturan-peraturan dan pedoman perusahaan yang harus ditaati dan dijalankan oleh seluruh karyawan dan pimpinan. Hal ini dimaksudkan untuk menjadikan karyawan seorang insan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki kedisiplinan tinggi. Selain itu juga untuk memberikan kemudahan bagi karyawan dalam melaksanakan *job descriptions* terutama dalam hal pelayanan terhadap nasabah agar nasabah memperoleh kepuasan dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Peraturan dan pedoman tersebut tertuang dalam budaya perusahaan yang terdiri atas etika perorangan pegawai, pedoman pegawai, dan segitiga iman. Berikut uraian dari pedoman dan peraturan tersebut :

a. Etika perorangan pegawai Bank Tabungan Negara adalah sebagai berikut :

- 1) Patuh dan taat pada ketentuan perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.
- 2) Melakukan pencatatan yang benar mengenai segala transaksi yang bertalian dengan kegiatan Bank Tabungan Negara
- 3) Menghindarkan diri dari persaingan yang tidak sehat
- 4) Tidak menyalahgunakan wewenangnya untuk kegiatan pribadi
- 5) Menghindarkan diri dari keterlibatan pengambilan keputusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan
- 6) Menjaga kerahasiaan nasabah dan Bank Tabungan Negara
- 7) Memperhitungkan dampak yang merugikan dari setiap kebijakan yang ditetapkan Bank Tabungan Negara terhadap keadaan ekonomi, sosial dan lingkungannya
- 8) Tidak menerima hadiah atau imbalan yang memperkaya diri maupun keluarganya
- 9) Tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya

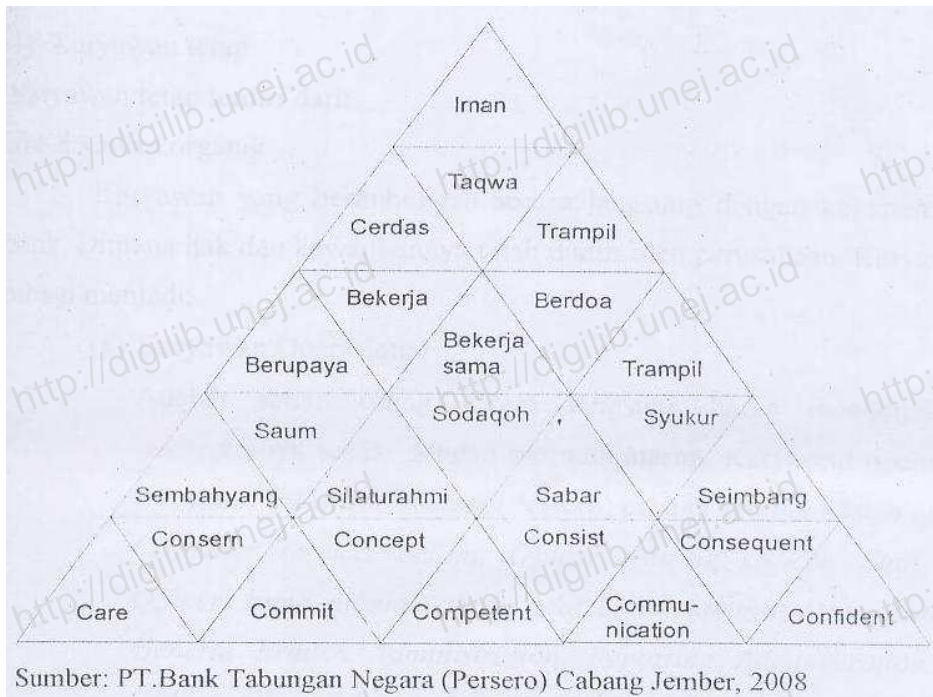
b. Pedoman untuk semua pegawai

- 1) Kita layani secara ikhlas, sopan dan santun semua pelanggan Bank Tabungan Negara dengan senyum, salam dan sapa
- 2) Dalam menunaikan tugas kita berpedoman pada 3 jangan, yaitu:
 - a) Jangan terlambat atau menundah pekerjaan
 - b) Jangan membuat kesalahan
 - c) Jangan menerima apalagi meminta atau mengambil sesuatu yang bukan haknya
- 3) Kita laksanakan semua tugas dengan baik secara profesional supaya Bank Tabungan Negara maju, berkembang, solid dan sehat sehingga kesejahteraan pegawai meningkat.

c. Segitiga iman

Bekerja di Bank Tabungan Negara merupakan bagian dari ibadah dengan bekal :

Gambar 4.1 Segitiga Iman



Keterangan:

Segitiga iman merupakan bekal dan pedoman bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya sehingga nantinya karyawan dapat menjadi karyawan yang berkualitas, bermoral dan beriman.

4.1.5 Ketenagakerjaan

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam menunjang pelaksanaan keberhasilan operasional perusahaan. Sumber daya manusia yang dimaksud disini adalah seluruh karyawan atau tenaga kerja yang ada pada Bank Tabungan Negara. Karyawan atau tenaga kerja yang ada pada Bank Tabungan Negara terdiri atas:

1) Karyawan tetap

a) Karyawan organik

Karyawan yang berhubungan secara langsung dengan kegiatan operasional bank, dimana hak dan kewajibannya telah diatur oleh perusahaan. Karyawan organik dibagi menjadi:

(1) Karyawan operasional

Adalah setiap orang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan. Karyawan operasional pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah *teller service, costumer service, staf loan administration, staf dokumen, general branch administration, reporting officer,*

(2) Karyawan manajerial

b) Karyawan non organik

Karyawan non organik pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah karyawan yang tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan operasional bank yang disebut dengan karyawan binayasa karya pratama. Yang tergolong karyawan binayasa pratama adalah sekretaris, satpam, penjaga malam, pengemudi dan pesuruh.

2) Karyawan tidak tetap

Karyawan yang bekerja pada suatu lembaga dan mendapatkan upah atau gaji, didalamnya berlaku kesepakatan waktu perjanjian pelaksanaan kerja.

Jumlah karyawan yang ada pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember berjumlah 41 karyawan dengan rincian 31 karyawan tetap dan 10 karyawan tidak tetap.

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

No	Bagian	Jumlah Karyawan
1	<i>Branch Manager</i>	1
2	<i>Assistant Manager Retail Service</i>	1
3	<i>Assistant Manager Operasional</i>	1
4	<i>Assistant Manager ACC dan control</i>	1
5	<i>Penyelia Collection dan Workout</i>	1
6	<i>Teller Service</i>	2
7	<i>Customer Service</i>	3
8	<i>Loan Service</i>	4
9	<i>Cliring Officer</i>	1
10	<i>Processing Officer</i>	2
11	<i>Fund Admin Officer</i>	1
12	<i>Loan Administration</i>	2
13	Dokumen	1
14	<i>General Branch Administration</i>	1
15	<i>Reporting Officer</i>	1
16	<i>GL dan Internal Control Officer</i>	1
17	Pembinaan	5
18	Hukum dan Penyelamatan	1
19	Kolektif (sekretaris, pesuruh, satpam, dan sopir)	10
Jumlah		41

Sumber: PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember 2009

b. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia dimaksudkan untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Disamping itu untuk menciptakan ketrampilan, pengetahuan, kemampuan serta sikap karyawan dalam menghadapi tantangan kerja. Untuk mencapai semua itu diperlukan adanya pengembangan sumber daya manusia yang dapat meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan.

Pengembangan sumber daya manusia pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terdiri atas:

1) Pelatihan manajerial

Diberikan kepada karyawan berdasarkan level atau pangkat karyawan tersebut didalam struktur organisasi. Jabatan-jabatan yang termasuk didalam jabatan struktural yang sama didalam struktur organisasi akan mendapat pelatihan manajerial. Bagian yang mendapat pelatihan manajerial adalah Kepala Cabang, Kepala Seksi dan Penyelia. Pelatihan manajerial dibagi dalam beberapa macam, yaitu ketrampilan pengawasan, manajemen umum dan kompetensi yang dibutuhkan. Pelatihan manajerial ini berhubungan dengan karir seorang karyawan. Contoh pelatihan manajerial adalah ketrampilan

2) Pengembangan individu

Pengembangan kompetensi yang akan memperbaiki efektifitas individu (berhubungan dengan karir). Jenis pelatihan ini dapat diikuti oleh seluruh karyawan pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tanpa memperhatikan jabatan atau level jabatan karyawan karena sifatnya yang umum. Contoh dari pelatihan pengembangan individu adalah pemahaman diri dari kerjasama melalui *outdoor activity (outbond)*, kepandaian emosional di tempat kerja, dinamika kelompok dan *team building activities*.

3) Pelatihan teknis

Pelatihan teknis pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember mengajarkan tentang pengetahuan dan ketrampilan teknis mengenai proses bisnis, produk, jasa dan operasional yang semuanya dihubungkan dengan *job description* masing-masing karyawan sehingga diharapkan dapat meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan secara langsung dengan pekerjaan dalam *job family* masing-masing karyawan. Contoh pelatihan teknis yang dilaksanakan pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah analisa kredit, *service excellent*, strategi

pemasaran dan perencanaan, restrukturisasi Kredit Pemilikan Rumah, strategi optimalisasi penerimaan angsuran dan pengendalian kualitas kredit.

4.1.6 Ketentuan Jam Kerja

Jam kerja merupakan jam kerja efektif yang telah ditetapkan perusahaan yang harus ditaati oleh seluruh karyawan untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan. Setiap karyawan wajib mematuhi jadwal kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan setiap pelanggaran yang terjadi akan dikenai sanksi. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember menetapkan jam kerja karyawan mulai dari hari senin sampai jumat, sedangkan hari sabtu libur dengan rincian sebagai berikut:

- a. Senin-Kamis : jam 07.30-16.30 WIB
Jam Istirahat : jam 12.00-13.00 WIB
- b. Jumat : jam 07.30-16.30 WIB
Jam Istirahat : jam 11.30-13.00 WIB

4.1.7 Struktur Organisasi

Setiap organisasi dibentuk karena adanya satu tujuan tertentu, untuk selanjutnya tujuan ini menjadi landasan utama bagi semua perilaku organisasi dalam bekerja. Struktur organisasi yang jelas akan terlihat tanggung jawab dan wewenang yang dimiliki oleh setiap individu didalamnya. Pengelompokan dan penetapan garis wewenang itu akan ada kaitannya dengan prestasi bank yang berhubungan erat dengan efisiensi kerja.

Struktur organisasi merupakan mekanisme-mekanisme formal dimana organisasi dikelola. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggungjawab yang berbeda-beda dari suatu organisasi.

Struktur organisasi menyatakan suatu cara organisasi mengatur sumber daya manusia kearah kegiatan yang berorientasi pada tujuan perusahaan. Struktur ini merupakan cara yang selaras dalam menempatkan manusia sebagai bagian organisasi pada suatu hubungan yang relatif tetap, menentukan pola-pola interaksi, koordinasi, dan tingkah laku yang berorientasi pada tugas. Penentuan struktur organisasi yang tepat baik secara langsung maupun tidak langsung akan menentukan efektifitas kinerja karyawan. Struktur organisasi yang semakin kompleks harus mempunyai kejelasan terhadap tugas masing-masing karyawan sehingga aktifitas perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Penuangan struktur organisasi secara jelas akan menunjukkan garis-garis komunikasi pelimpahan wewenang serta tanggung jawab baik keatas maupun kebawah.

Adapun struktur organisasi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah berbentuk garis dimana kebijaksanaan ditentukan oleh pimpinan. Garis arus formal komunikasi adalah dari atas kebawah dan sebaliknya. Setiap bagian atau staf mendapat tugas dan bimbingan dari bagian yang diatasnya dan mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada atasannya tersebut.



4.1.8 Susunan Tingkat Jenjang dalam Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

a. Kepala Cabang

Kepala cabang sebagai pimpinan tertinggi pada Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dan juga langsung membawahi seksi *retail service*, kepala *operation*, kepala seksi *accounting* dan *control* serta kepala *loan recovery*.

b. Seksi *Retail Service*

1) Unit *loan service*

Unit yang melakukan pelayanan yang berhubungan dengan masalah pemberian kredit, tanggung jawab terhadap klaim tunggakan debitur serta pelayanan terhadap keluhan serta klaim dari para nasabah KPR.

2) *Customer service*

Sumber informasi bagi para nasabah dalam memperoleh informasi mengenai produk jasa, melakukan proses penggantian buku serta pelayanan terhadap keluhan serta klaim dari para nasabah.

c. Seksi *Operation*

1) *General Branch Administration*

Melaksanakan fungsi administrasi yang berkaitan dengan personalia, pengarsipan serta pemeliharaan dokumen.

2) *Transaction Processing*

Bertugas memproses semua transaksi yang berkaitan dengan likuiditas, pajak dan pemindah bukuan.

3) *Loan Administration*

Melakukan proses administrasi yang berkaitan dengan proses pemahaman kredit sampai dengan realisasi.

d. Seksi *Accounting and Control*

1) *Book Keeping and Control*

Melakukan kegiatan operasional bank, mengelola buku besar cabang dan melakukan *control* harian.

2) *Financial Reporting*

Bertugas untuk mengadministrasikan laporan cabang mulai dari analisis laporan keuangan sampai pemrosesan data.

e. Seksi *Loan Recovery*

1) Penyelamat Kredit

Bertugas memelihara aset bank berupa piutang bagi debitur yang dikategorikan memiliki kolektifitas macet.

2) Pembinaan Kredit

Bertugas mengawasi, mengadakan pengarahannya bagi debitur mengenai angsuran kredit dan pemeliharaan kredit.

3) Debitur Kolektif

Bertugas untuk bekerjasama dengan pihak instansi atau pihak lain untuk mengadakan pembayaran debitur secara kolektif.

4.1.9 Tugas, Wewenang dan Tanggung jawab

a. Kepala Cabang

1) Mengelola hubungan dengan nasabah

2) Menyiapkan rencana bisnis untuk cabang

3) Memotivasi bawahan serta rekan kerja

4) Mengambil keputusan bisnis

5) Membuat perencanaan sumber daya manusia

6) Mengatur kebijaksanaan cabang sesuai dengan petunjuk kantor pusat

7) Membimbing kampanye promosi dan gaya pemasaran

b. Seksi *Retail Service*

- 1) Melaksanakan standar pelayanan nasabah yang tinggi untuk semua produk Bank Tabungan Negara
- 2) Mengembangkan kemampuan staff *front office*
- 3) Membangun unit pelayanan nasabah yang efisien

c. *Loan Service*

- 1) Melakukan wawancara kredit
- 2) Melakukan akad kredit
- 3) Memberikan informasi produk kredit serta menerima aplikasi kredit baru
- 4) Menyelesaikan klaim tunggakan
- 5) Menangani pelunasan kredit dan alih debitur kredit
- 6) Memberikan konsultasi penyelamatan kredit
- 7) Menyelesaikan keluhan nasabah KPR

d. *Customer Service*

- 1) Memberikan informasi kepada nasabah
- 2) Melakukan pembekuan semua rekening baru dan penutupan rekening nasabah
- 3) Menjawab pertanyaan umum yang diterima melalui telepon
- 4) Memproses penggantian buku tabungan baru atau hilang
- 5) Melakukan permohonan pemindahan rekening
- 6) Menyelesaikan keluhan nasabah

e. *Teller Service*

- 1) Melayani setoran dan penarikan tunai maupun non tunai
- 2) Melayani Kredit Pemilikan Rumah (KPR)
- 3) Mengelola fisik uang tunai Anjungan Tunai Mandiri (ATM)
- 4) Memeriksa proses akhir *teller* dan kas cabang
- 5) Melayani transaksi valas

f. Seksi *Operation*

- 1) Memproses transaksi secara efektif dan akurat

- 2) Menyediakan pelayanan administrasi yang tepat waktunya dan efisien kepada cabang
- 3) Menetapkan standar tinggi dalam memproses *volume* kecepatan proses transaksi
- 4) Meminimalkan kesalahan dalam proses transaksi

g. *General Branch Administration*

- 1) Manajemen personalia dan logistik
- 2) Perawatan dan pemeliharaan gudang
- 3) Manajemen arsip, keamanan serta kesekretariatan

h. *Transaction Processing*

- 1) Memproses warkat kliring masuk dan keluar
- 2) Memproses transaksi angsuran KPR dari *entry* data, penelusuran *dummy*, koreksi klaim dan pemutakhiran master debitur
- 3) Mengadministrasikan transaksi tabungan pos
- 4) Memproses transaksi pemindahbukuan baik kredit, dana maupun umum
- 5) Pembuatan laporan antara lain *surplus* tabungan kantor pos, laporan likuidasi Bank Indonesia, pajak dan lain-lain.
- 6) Perawatan *hardware* dan *software* dengan melakukan pemeliharaan rutin atas *hardware* dan *software* cabang serta mencetak laporan keuangan *hardware* dan *software* Anjungan Tunai Mandiri.
- 7) Memastikan mesin Anjungan Tunai Mandiri berfungsi dengan baik dan terdapat ketersediaan uang.

i. *Loan Administration*

- 1) Administrasi umum
- 2) Proses aplikasi kredit
- 3) Dokumentasi kredit

j. *Accounting and Control*

- 1) Memeriksa integritas data dan akurasi catatan keuangan cabang setiap saat

- 2) Memastikan akurasi dan *update* rekening nasabah serta catatan yang telah ditetapkan oleh kantor pusat
- 3) Menghindari keuangan melalui tindakan pencegahan

k. *Bookeeping and Control*

- 1) Kontrol data harian
- 2) Memantau dan memeriksa kegiatan operasional cabang
- 3) Memantau dan merekomendasikan rekening cabang
- 4) Mengelola pembukuan transaksi
- 5) Mengelola buku besar cabang
- 6) Koordinator dalam tindak lanjut hasil pemeriksaan

l. *Loan Recovery*

- 1) Mengelola resiko dan pinjaman Bank Tabungan Negara
- 2) Meningkatkan pengembangan dan membangun kualitas aset Bank Tabungan Negara
- 3) Memantau pinjaman untuk memungkinkan pengembalian aset secara penuh
- 4) Melakukan pembinaan terutama pada debitur yang menunggak untuk meningkatkan pengembalian aset secara penuh.
- 5) Melakukan penjualan tunai anggunan.
- 6) Melakukan rekonsiliasi dengan unit pembukuan dan kontrol.

4.1.10 Kegiatan Usaha Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Kegiatan operasional bank pada dasarnya meliputi kegiatan operasional kredit aktif dan pasif serta pemberian jasa-jasa lain. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 1968 dan Surat Menteri Keuangan No. B 49/MK/IV/I/1974, kegiatan Bank Tabungan Negara dilaksanakan melalui berbagai bentuk tabungan dan penyalurkan dalam bentuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Dalam pelaksanaan kegiatannya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember didasarkan pada tugas pokok perusahaan. Tugas pokok tersebut adalah :

- a. Melaksanakan kegiatan program pemerintah di bidang pembiayaan perumahan rakyat.
- b. Mengimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan simpanan lainnya serta menyalurkan kembali dalam bentuk kredit.

Disamping tugas pokok tersebut, kegiatan-kegiatan perbankan yang telah dilaksanakan dalam bentuk tabungan dan pemberian kredit antara lain :

- a. Menerima simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito
- b. Menerima setoran pajak dan non pajak
- c. Menerima setoran Ongkos Naik Haji (ONH)
- d. Menerima Kredit Pemilikan Rumah (KPR) serta kredit lainnya misalkan kredit modal kerja dan kredit usaha kecil dan menengah.

4.1.11 Produk PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

Produk perbankan merupakan instrumen atau perangkat yang dimiliki oleh bank yaitu berupa produk dana dan produk jasa yang ditawarkan bank kepada masyarakat (nasabah). Adapun produk bank yang ditawarkan Bank Tabungan Negara antara lain :

a. Produk Dana

1) Tabungan

- a) Tabungan Batara adalah tabungan bebas yang bersifat multi guna dan fleksibel yang diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat, baik perorangan maupun secara kolektif.
- b) Tabanas Batara adalah suatu jenis tabungan yang bersifat bebas dalam arti tidak terikat jangka waktu tertentu, dengan maksud untuk menghimpun dana dari masyarakat guna mengsucceskan pembangunan nasional yang diselenggarakan khusus melalui seluruh kantor pos di Indonesia.
- c) Taperum PNS adalah tabungan khusus yang disediakan untuk setiap pegawai negeri sipil, melalui pemotongan gaji setiap bulan sebagai sarana

untuk mendapatkan fasilitas bantuan perumahan baik untuk uang muka KPR maupun bantuan membangun rumah sendiri.

- d) Tabungan e-Batara Pos
- e) Tabungan Batara Prima
- f) Tabungan Haji Nawaitu

2) Giro

Simpanan yang ada di bank, dimana pengambilannya dapat diambil sewaktu-waktu (bersifat lancar), dengan menggunakan cek atau surat perintah pembayaran lainnya

3) Deposito berjangka

Simpanan di bank yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang disepakati berakhir.

4) Sertifikat deposito

Suatu bentuk simpanan berjangka yang diterbitkan oleh bank dan dapat diperjualbelikan atau dapat dipindahtangankan kepada pihak ketiga.

5) Deposito *on call*

Deposito *on call* ini dalam bentuk rupiah dan valas yang bermanfaat memberi peluang lebih besar dalam jangka waktu tertentu dan mendayagunakan dana dengan memperoleh pendapatan jasa giro yang lebih besar.

b. Produk Kredit

1) KPR paket A

a) KPR paket A-1

(1) KP-RSS

- (a) Kredit pemilikan rumah sangat sederhana atau disebut juga dengan griya pemula yang diberikan oleh BTN kepada masyarakat berpenghasilan rendah antara Rp. 175.000 – Rp. 250.000 yang ingin membeli rumah sangat sederhana dengan bantuan subsidi berupa bunga yang relatif rendah.

- (b) Jaminan kreditnya adalah Rumah Sangat Sederhana dan tanah yang dibeli dengan fasilitas BTN.
- (c) Jangka waktu kredit maksimal 20 tahun dan pada saat debitur berumur 25 tahun kreditnya sudah harus lunas.
- (d) Uang muka minimal 10% dari harga jual.

(2) KP-KSB

- (a) Kredit pemilikan kapling siap bangun yang diberikan oleh BTN kepada masyarakat yang berkeinginan membeli tanah dengan luas tidak melebihi 72 m² untuk membangun rumah sendiri.
- (b) Jaminan kreditnya adalah kapling siap bangun itu sendiri yang dibeli dengan fasilitas KPR.
- (c) Jangka waktu kreditnya maksimal 20 tahun dan pada saat usia debitur 65 tahun kreditnya sudah harus lunas.
- (d) Uang muka minimal 10 % dari harga jual.

b) KPR paket A-2

- (1) Disebut juga KPR Griya Inti, merupakan suatu paket pembiayaan rumah yang diberikan BTN kepada masyarakat yang ingin membeli rumah sederhana beserta tanahnya.
- (2) Jaminan kreditnya berupa rumah sederhana yang dibeli dengan fasilitas KPR.
- (3) Jangka waktu kredit maksimal 20 tahun.
- (4) Uang muka minimal 10% dari harga jual dan suku bunga kredit yang berlaku saat ini adalah 10 pertahun.
- (5) Batas minimum penghasilan antara Rp.750.000 – Rp. 1.550.000

2) KPR paket B

Disebut juga KPR Griya Madya, merupakan fasilitas kredit perumahan yang diberikan oleh BTN untuk pembelian rumah berikut tanahnya dengan luas tidak melebihi 70 m².

3) KPR paket C

KPR Griya Tama merupakan fasilitas kredit perumahan yang diberikan oleh BTN untuk pembelian rumah berikut tanahnya dengan standar bangunan diatas ketentuan rumah sederhana.

4) KP-Ruko

Kredit yang disediakan oleh BTN bagi perorangan yang ingin membeli rumah usaha, yaitu bangunan rumah yang berfungsi ganda sebagai sarana tempat usaha sekaligus rumah tinggal dengan jangka waktu kredit maksimal 15 tahun.

5) Kredit Griya Multi

Disebut juga kredit rumah produktif, merupakan kredit yang diberikan oleh BTN kepada mereka yang membutuhkan dana untuk keperluan produktif, konsumtif dan investasi jangka panjang untuk meningkatkan kemampuan ekonomis dalam arti seluas-luasnya dengan jaminan rumah dan tanah yang dimiliki oleh pemohon.

6) Kredit Swa Griya

Kredit yang diberikan bank untuk pembangunan rumah diatas tanah yang sudah dimiliki oleh pemohon.

7) Kredit Griya Sembada

Kredit yang diberikan oleh bank untuk pembiayaan, pembelian, pengadaan atau pembangunan proyek perumahan atau bangunan-bangunan tinggal guna disewakan.

8) Kredit Yasa Griya

Kredit modal kerja yang diberikan bank kepada developer, kontraktor atau koperasi untuk membantu modal kerja pembiayaan pembangunan konstruksi rumah, *finishing*, sarana dan prasarana.

9) Kredit Triguna

Paket kredit terpadu dengan tiga manfaat sekaligus yang diberikan kepada kelompok masyarakat baik formal maupun non formal untuk :

- a) Pengadaan dan pematangan lahan
- b) Pembiayaan konstruksi bangunan rumah
- c) Modal usaha dalam rangka upaya meningkatkan penghasilan

10) Kredit Perumahan Perusahaan

Fasilitas kredit yang diberikan BTN kepada salah satu perusahaan atau badan usaha untuk memenuhi kebutuhan fasilitas perumahan dinas maupun fasilitas pemilikan rumah pegawai perusahaan yang bersangkutan, berlandaskan pada kerjasama jangka panjang antara BTN dengan perusahaan dalam mendukung program perumahan.

11) Kredit Modal Kerja

- a) KMK kontraktor, yang diberikan kepada kontraktor atau pemborong untuk membantu modal kerja didalam menyelesaikan pekerjaan borongan sesuai dengan kontrak kerja.
- b) KMK kontruksi non perumahan adalah kredit yang diberikan untuk pembiayaan modal kerja dalam pelaksanaan pembangunan gedung, kantor, hotel, jalan, jembatan dan lain-lain.

12) Kredit Investasi

Kredit berjangka waktu menengah dan jangka waktu panjang yang disediakan oleh BTN untuk keperluan pembiayaan investasi baik itu investasi baru, perluasan, modernisasi, maupun rehabilitasi.

13) Kredit Swa Dana

Kredit yang diberikan BTN kepada nasabah yang memerlukan dana dengan agunan dan jaminan dana tabungan atau deposito yang telah ditempatkan di BTN.

14) KUK Batara

Fasilitas kredit yang diberikan BTN kepada masyarakat golongan ekonomi lemah (pengusaha kecil) guna membantu modal kerja dan investasi dalam rangka pembangunan usahanya.

c. Produk Jasa

1) ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Batara

Suatu sarana pelayanan khusus BTN untuk kemudahan nasabah pemegang tabungan batara dalam rangka pengambilan dananya demi kepentingan bisnis maupun pribadi.

2) *Save Deposito Box* (SDB)

Fasilitas jasa pelayanan BTN kepada masyarakat dalam bentuk kotak sebagai sarana penyimpanan barang-barang berharga dan dokumen penting (surat-surat berharga) yang dirancang khusus serta dapat disewaka dalam jangka waktu dan ukuran tertentu.

3) Transfer (iriman uang dalam dan luar negeri)

Suatu fasilitas jasa pelayanan BTN kepada masyarakat yang ingin mengirimkan sejumlah uang atau dana baik itu dalam bentuk rupiah atau valuta asing yang ditujukan kepada pihak lain disuatu tempat (dalam atau luar negeri) sesuai permintaan pengirim.

4) Inkaso

Jasa pelayanan BTN untuk melakukan penagihan pada pihak ketiga (tertagih atau pihak yang wajib membayar tagihan) atas inkaso dokumen di tempat lain di luar negeri.

5) *Collection* (inkaso luar negeri)

Jasa bank untuk menagih pembayaran atas surat warkat atau dokumen berharga kepada pihak ketiga di suatu negara lain atas permintaan nasabah (si penagih) dengan menggunakan jasa bank koresponden di luar negeri.

6) Garansi Bank

Suatu pernyataan tertulis yang dikeluarkan bank atas permintaan nasabahnya (terjamin) untuk menjamin resiko tertentu (penggantian kerugian) yang timbul apabila pihak pokok terjamin tidak dapat menjalankan kewajiban dengan baik (wan prestasi) pada pihak yang menerima jaminan.

7) Setoran ONH

Suatu bentuk pelayanan dari BTN yang khusus diberikan bagi umat islam yang berniat menunaikan ibadah haji.

8) Setoran Pajak dan Non Pajak

Suatu bentuk pelayanan dari BTN sebagai bank umum pemerintah yang ikut membantu melayani masyarakat untuk menerima setoran wajib pajak yang dibebankan kepada wajib pajak.

9) *Remittance Service*

Pelayanan pengiriman uang (KU) yang dilaksanakan atas kerjasama antara BTN dengan Bank Simpanan Nasional (BSN) Malaysia terhadap TKI dari Malaysia yang ingin mengirimkan uang atau dan ke Indonesia.

10) Ekspor

Suatu aktivitas perdagangan yang dilaksanakan dengan mengeluarkan barang dari dalam ke luar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.

11) Import

Suatu aktivitas perdagangan yang dilaksanakan dengan cara memasukkan barang dari luar negeri ke dalam wilayah pabean dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.

12) Jual beli valuta asing

Jasa pelayanan BTN kepada masyarakat yang ingin menjual atau membeli mata uang asing tertentu yang mempunyai catatan kurs pada Bank Indonesia.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dimaksudkan untuk memperoleh dukungan dan tanggapan yang positif dari khalayaknya terhadap produk dan kegiatan perusahaan terkait dengan pencapaian tujuan perusahaan. Pada dasarnya aktivitas *public relations* merupakan kegiatan komunikasi berorientasi pada kepentingan khalayak internal maupun eksternal untuk menyampaikan informasi. Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service* :

Aktivitas *public relations* di BTN untuk publik internal dan publik eksternal seperti mengeluarkan brosur, pemasangan spanduk, bulletin BTN, mengadakan *meeting* bulanan, arisan keluarga, rekreasi bersama, membantu nasabah membuka rekening dan mengatasi keluhan nasabah, melakukan kerjasama dengan instansi terkait.

Hasil wawancara dengan informan Tri Budianto selaku staff pembinaan :

Aktivitas *public relations* merupakan kegiatan komunikasi dan membina hubungan baik dengan khalayak, baik internal maupun eksternal. Seperti kegiatan melalui pemasangan spanduk, mengeluarkan brosur, menerbitkan bulletin BTN, mengadakan *meeting* bulanan, arisan keluarga, rekreasi bersama, membantu mengatasi keluhan nasabah, membantu nasabah yang ingin membuka rekening, menjalin kerjasama dengan PT. POS, UNEJ, IKIP PGRI, SMU 3 Muhammadiyah, SMP 3 Jember, SMK Santopaulus dan TK Pertiwi.

Berdasarkan wawancara dengan informan Amri Widayati dan Tri Budianto mengungkapkan bahwa ruang lingkup dalam aktivitas *public relations* terdiri atas:

a. Publisitas

Kegiatan publisitas ini mengarah pada publikasi yang dilakukan oleh perusahaan antara lain melalui brosur-brosur yang biasanya tersedia pada samping kanan meja *customer service* dimana brosur-brosur tersebut berupa informasi tentang produk maupun pelayanan, penulisan artikel di media massa seperti majalah info

bank, penerbitan buletin BTN serta pemasangan spanduk-spanduk ditempat yang strategis bertulisan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember misalnya dalam rangka mengucapkan selamat tahun baru, perayaan hari besar keagamaan, pemasangan logo-logo pada penunjuk jalan sebagai bentuk partisipasi perusahaan terhadap masyarakat sekitar. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) melakukan publikasi melalui media elektronik yaitu melalui internet dengan situs www.btn.co.id

b. Hubungan dan komunikasi dalam publik internal

Bentuk dari hubungan dan komunikasi *public relations* dalam publik internal antara lain: melakukan rapat atau *meeting* dengan rutin, mengadakan arisan keluarga karyawan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember setiap satu bulan sekali, memberikan pengumuman terkait dengan segala kegiatan atau peristiwa dalam hubungannya dengan seluruh karyawan melalui interkom atau menempelnya pada papan pengumuman PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Misalnya informasi akan diadakannya *meeting* setiap satu bulan sekali, acara olahraga atau perlombaan dengan instansi yang lain stiap tanggal 17 Agustus, bahkan acara membesuk atau melayat bagi anggota keluarga karyawan yang sakit ataupun meninggal, mengadakan acara rekreasi bersama sebagai sarana untuk *refresing* dari pekerjaan seperti mengadakan rekreasi pada hari-hari libur besar.

c. Hubungan dan komunikasi dengan publik eksternal

Bentuk dari hubungan dan komunikasi *public relations* dalam publik eksternal perusahaan antara lain membantu nasabah yang akan mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR), menerima dengan penuh kesabaran segala macam bentuk keluhan yang muncul dari nasabah, berusaha menangani keluhan nasabah dengan pelayanan yang prima dengan ikhlas, sopan, santun dengan senyum, salam, sapa. Contohnya nasabah menyampaikan keluhan dan memberikan

penjelasan ketika nasabah mengalami kesulitan pada saat melakukan transaksi.

Hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR:

Pada waktu saya mengajukan keluhan ke kantor BTN, sikap karyawan BTN ramah, mereka mendengarkan keluhan yang saya ajukan dengan sabar. Keluhan tersebut juga dapat diselesaikan pada hari itu juga.

- d. Menciptakan dan mempertahankan citra positif PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember baik itu citra produk maupun citra perusahaannya dimata khalayaknya. Aktivitas *public relations* yang dilaksanakan antara lain melaksanakan acara khitanan masal, memberikan bantuan kepada yayasan panti asuhan di Jember setiap satu bulan sekali dimana dana tersebut diperoleh dari basis BTN dengan cara memotong gaji karyawan setiap bulan sebesar 2,5% dari gaji pokok, menjadi *sponsorship* dengan memberikan sumbangan dana pada instansi pendidikan yang menjalin kerjasama dengan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember untuk kegiatan-kegiatan, misalnya, acara pentas seni.
- e. Lobbi
PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember juga melaksanakan kegiatan lobbi dengan menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak pemerintah maupun dengan perusahaan-perusahaan swasta dan juga dengan lembaga-lembaga pendidikan yang ada di Jember. Contoh dari kerjasama dan hubungan tersebut misalnya menjalin kerjasama dengan Balai Lelang Swasta (PT. Balangan), Pemerintah Kabupaten (PEMKAB) dengan Dispenda, Disperindag, PDAM, PLN, Pajak, Developer, PT. POS Indonesia sewilayah karisidenan besuki. Misalnya kerjasama dengan PT. POS Indonesia dalam membantu mempermudah nasabah KPR untuk membayar cicilan angsuran KPR melalui Kantor POS.

Aktivitas *public relations* yang ada pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember untuk publik internal dan publik eksternal. Aktivitas dengan publik internal bertujuan untuk membina hubungan internal antara karyawan dan keluarga karyawan. Sedangkan aktivitas dengan publik eksternal bertujuan untuk

mempublikasikan produk dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember kepada masyarakat umum dan menjalin kerjasama dengan instansi terkait sebagai bentuk kepedulian dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terhadap lingkungan sekitar.

4.2.2 Khalayak sasaran *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Sasaran *public relations* dari setiap perusahaan memiliki khalayak sasaran yang berbeda-beda. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tentunya memiliki khalayak sasaran utama yang harus dicapai, sehingga khalayak tersebut harus ditetapkan dengan jelas sesuai dengan program kerja *public relations*. Menurut informan Tri Budianto selaku staf pembinaan mengatakan bahwa:

Khalayak BTN terdiri dari khalayak internal dan khalayak eksternal. Kalau khalayak internal meliputi *branch manager*, pemegang saham, karyawan dan keluarga karyawan. Sedangkan, khalayak eksternal meliputi pemerintah, nasabah, developer, masyarakat sekitar, kalangan akademik, media massa, instansi terkait.

Khalayak sasaran *public relations* PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember meliputi:

a. Pihak internal bank

Pihak internal adalah pihak-pihak yang berasal dari dalam perusahaan yang ikut serta dalam melaksanakan fungsi manajemen termasuk *public relations* dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal perusahaan.

1) Pemegang saham

Mempertahankan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan pemegang saham, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) merupakan bank milik pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan nilai saham. Contohnya mengirimkan laporan keuangan cabang tahunan (*annual report*) melalui email atau *website* perusahaan kepada pemegang saham.

2) Pimpinan

Pimpinan tertinggi (*branch manager*) dalam perusahaan yang menetapkan segala kebijakan perusahaan akan disampaikan dan diinformasikan kepada seluruh karyawan terkait dengan *job description* masing-masing karyawan dengan pelaksanaan rapat atau *meeting* bulanan bagi karyawan sebagai media untuk melaporkan kinerja perusahaan dan karyawan apakah sudah memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau tidak.

3) Karyawan

Pihak internal bank yang melaksanakan segala kebijaksanaan perusahaan sesuai dengan *job description* masing-masing karyawan agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan kewajiban bagi setiap karyawan untuk mengambil bagian mengembangkan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dan memberikan kepuasan terhadap nasabah serta mengadakan kontak dengan karyawan yang bersifat kekeluargaan dengan melaksanakan komunikasi dua arah timbal balik yang sifatnya informatif.

4) Keluarga karyawan

Memberikan pemahaman terhadap keluarga tentang pekerjaan anggota keluarga di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Upaya mempererat hubungan yang harmonis antara sesama keluarga karyawan diantaranya mengadakan acara arisan keluarga yang diadakan setiap satu bulan sekali.

b. Pihak eksternal bank

Pihak-pihak dari luar perusahaan yang dijadikan target sasaran oleh *public relations* perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan khususnya citra positif perusahaan. Pihak-pihak eksternal tersebut terdiri atas:

1) Pemeintah

Pemerintah sebagai khalayak eksternal yang membuat segala peraturan daerah yang harus ditaati oleh setiap perusahaan termasuk PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Membina hubungan yang harmonis dengan pemerintah yang bertujuan untuk memperlancar hubungan kerjasama. Contohnya kerjasama dengan Dispenda, Disperindag, PDAM, PLN dan Pajak bertujuan membina hubungan yang harmonis untuk memperlancar hubungan kerjasama.

2) Developer

Developer sangat berperan dalam kelangsungan kegiatan operasional PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. Perusahaan berusaha selalu membina hubungan baik dengan developer untuk mencapai tujuan bersama. Kegiatan dengan developer merupakan bentuk kerjasama mewujudkan pembangunan sebagai mitra dalam konstruksi perumahan. Developer dalam memperoleh nasabah berusaha untuk mempengaruhi khalayak eksternal dengan menerbitkan brosur-brosur, turut serta dalam setiap adanya *event-event* sebagai ajang untuk menyebarkan informasi dan memperoleh nasabah.

3) Nasabah

Nasabah merupakan khalayak sasaran utama bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember, sebab maju mundurnya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tergantung dari kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember khususnya pihak *loan service* memberikan informasi tentang produk kredit kepada calon nasabah untuk menggunakan fasilitas yang ditawarkan perusahaan yaitu Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Peranan dari *loan service* yaitu untuk mempengaruhi dan mengajak calon nasabah menggunakan fasilitas kredit yang ditawarkan oleh perusahaan dengan menjabarkan kemudahan proses kredit kecilnya suku bunga.

4) Media massa

Kerjasama dalam penyampaian informasi terkait dengan produk-produk dan kegiatan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember melalui brosur-brosur pada saat mengikuti *event-event*, pemasangan spanduk untuk mengucapkan selamat hari raya idul fitri, ucapan natal yang terdapat di kantor, pemasangan baliho. Media massa memiliki kontribusi untuk memperoleh nasabah baru dan sebagai media untuk penyampaian informasi kepada masyarakat umum tentang produk yang dimiliki perusahaan. Peranan dari media massa memberikan informasi berupa gambar dan tulisan dengan bahasa yang menarik calon nasabah sehingga nasabah merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan perusahaan misalnya menulis artikel pada Koran Kompas yang berisi tentang produk-produk perusahaan .

5) Kalangan akademik

Peranan kalangan akademik yang dimaksudkan adalah menjalin kerjasama dalam hal pembayaran SPP, KKN, POMA, dan menjadi *sponsorship* dalam acara atau kegiatan di lingkungan akademik. Peranan ini bertujuan membina hubungan dengan kalangan akademik.

6) Masyarakat sekitar

Menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat melalui penciptaan citra yang baik bagi perusahaan khususnya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dengan cara memberikan bantuan kepada kaum dhuafa' yang berada disekitar lingkungan perusahaan dan mengadakan sunat massal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan misalnya menjelang hari lebaran perusahaan akan membagi-bagikan sembako kepada kaum dhuafa di sekitar lingkungan perusahaan.

Jadi khalayak sasaran pada PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terdiri dari khalayak internal yaitu pemegang saham, *branch manager*, karyawan dan keluarga karyawan. Khalayak eksternal terdiri dari pemerintah,

developer, media massa, kalangan akademik, dan masyarakat sekitar. Khalayak sasaran tersebut menunjang kelangsungan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, oleh karenanya tujuan dari khalayak eksternal untuk memperoleh kepercayaan publik tentang produk yang dimiliki oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember sehingga tercipta opini publik yang menyenangkan dalam rangka memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

4.2.3 Peranan *Public Relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Peranan *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember bertujuan untuk membangun dan mempertahankan komunikasi dengan khalayak, citra perusahaan serta kepercayaan dari khalayak kepada perusahaan. Selain itu, berperan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan terkait dengan hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan khalayaknya. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Moch. Amin Sholeh selaku bagian *retail service* :

Peranan *public relations* pada BTN Cabang Jember sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publik dan sebagai fasilitator penanganan masalah, seperti menangani keluhan. Penanganan keluhan nasabah KPR diserahkan kepada bagian *loan service*.

Kemudian hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku staf *loan service* :

Peranan *Public relations* sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan karyawan. Selain itu sebagai fasilitator pemecah masalah, seperti menangani keluhan. Keluhan nasabah KPR ditangani bagian *loan service*.

Public relations memiliki peranan dalam kegiatan operasional perusahaan. *Public relations* PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember berperan dalam :

a. *Communication Fasilitator*

Peranan *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *loan service* dan *customer service* dalam kegiatan *public relations*. Peranan yang dilakukan oleh *loan service* dan *customer service* adalah sebagai jembatan komunikasi (*communication fasilitator*) antara perusahaan dengan publik sasaran.

Peranan sebagai *communication fasilitator* bertindak sebagai pihak yang mengkomunikasikan informasi kepada publik sasaran untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya, sekaligus menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada khalayak sasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Amri Widayati selaku *loan service* yaitu :

Peranan *Public relations* sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan karyawan. Kegiatan komunikasi meliputi komunikator, mendukung kinerja divisi-divisi lain dan membina hubungan dengan khalayak.

1) *Relationship*

Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember yang dilakukan oleh bagian *loan service* dan *customer service* dalam peranannya sebagai pembina hubungan dengan publik sasaran perusahaan. Peranan *loan service* dan *customer service* dalam membina hubungan dengan publik internal dan publik eksternal perusahaan yaitu :

a) Publik internal

Peranan *loan service* dan *customer service* sebagai pembina hubungan dengan publik internal perusahaan dilakukan dengan berusaha menjalin hubungan yang harmonis melalui pendekatan-pendekatan di luar lingkungan kerja yang dapat mempererat hubungan antara sesama karyawan dan menunjukkan bahwa perusahaan menghargai keberadaan publik internal yang terdiri dari pimpinan cabang, karyawan dan keluarga

karyawan. Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam membina hubungan dengan publik internal perusahaan diantaranya :

- 1) Mengikuti acara kunjungan wisata ke tempat-tempat rekreasi dan menghadiri acara peringatan ulang tahun BTN yang diadakan setiap tanggal 9 Februari.
 - 2) *Briefing* karyawan.
 - 3) Mengadakan arisan dengan keluarga karyawan yang diadakan setiap satu bulan sekali.
- b) Publik eksternal

Bentuk kegiatan *loan service* dan *customer service* dalam membina hubungan dengan publik eksternal perusahaan adalah :

- 1) Membina hubungan dengan pengguna jasa perbankan
Loan service dan *customer service* berusaha mengetahui keinginan dan harapan pengguna jasa perbankan yang disampaikan kepada perusahaan untuk dipertimbangkan.
- 2) Membina hubungan dengan pemerintah daerah dengan mematuhi semua peraturan daerah (perda).
- 3) Membina hubungan dengan kalangan akademik

Selain pembayaran SPP, uang KKN, wisuda dan POMA, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember juga melakukan aktivitas *relationship* dengan kalangan akademik yang ada di Jember seperti memberikan kesempatan/ijin pada kalangan akademik untuk melakukan penelitian maupun magang pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember seperti setiap tahun PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember selalu menerima mahasiswa UNEJ yang melakukan penelitian maupun magang.

4) Membina hubungan dengan media massa/pers

Bentuk kegiatan dalam membina hubungan dengan media massa/pers dalam memperoleh informasi yang terbuka mengenai perusahaan, mengundang pers dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh BTN seperti HUT BTN, peluncuran produk baru, *event-event* perusahaan, menerima dengan ramah kunjungan dari kalangan media massa dan menerima/menanggapi keluhan maupun kritik dan saran eksternal publik yang disampaikan melalui media massa seperti PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember mengundang Koran Kompas pada waktu HUT BTN maupun pada waktu *event-event* perusahaan.

Peranan *loan service* dan *customer service* dalam membina hubungan positif dengan publik internal perusahaan dilakukan melalui beberapa kegiatan yang dapat mempererat hubungan antara perusahaan dengan publik sasaran. Hubungan yang harmonis dengan publik internal dan eksternal perusahaan dapat menanamkan rasa pengertian dan saling membutuhkan akan menghindari terjadinya kesalahpahaman diantara kedua belah pihak yang dapat merugikan keduanya.

2) Komunikasi/mediator

Loan service dan *customer Service* sebagai *communicator*, dalam hal ini adalah sebagai pihak yang mengkomunikasikan pesan atau informasi untuk membantu pihak manajemen perusahaan dalam hal menjelaskan keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada publik sasaran (*feed forward*) sekaligus mendengar apa yang diharapkan dan diinginkan oleh khalayak sasaran (*feed back*) khususnya publik eksternal. Komunikator *loan service* dan *customer Service* sebagai *feed forward* dilakukan dengan mempublikasikan harapan, keinginan dan kebijakan perusahaan kepada publik melalui media, baik media internal maupun media eksternal perusahaan. Komunikator *loan service* dan *customer Service* sebagai *feed back* dapat dilakukan dengan cara menerima keluhan, kritik dan saran dari mereka

melalui kotak saran yang ada di dalam bank, melalui *Call* BTN, ataupun berhadapan langsung dengan *loan service* dan *customer Service* mendengar yang publik eksternal inginkan dan harapkan kepada perusahaan. Keinginan dan harapan dari publik eksternal disampaikan oleh *loan service* dan *customer Service* kepada manajemen perusahaan, perusahaan akan berusaha memenuhi keinginan dan harapan publik eksternal tersebut selama keinginan dan harapan itu masih mungkin dilakukan dan tidak bertentangan atau menghambat tujuan dan juga merugikan perusahaan. Keberhasilan peranan *public relations* sebagai *communicator* tidak hanya dipengaruhi oleh siapa yang melakukan tetapi pada bagaimana melakukan peranan tersebut dan media yang digunakan dalam kegiatan komunikasi.

3) *Back Up Management*

Aktivitas *public relations* dilakukan untuk menyokong kegiatan lain yang diadakan perusahaan. *Public relations* juga digunakan setiap jenjang dalam melaksanakan tugasnya. Aktivitas *public relations* dalam menjalankan fungsi manajemen digunakan untuk menghindari krisis yang terlanjur terjadi. Aktivitas *public relations* berkaitan erat dengan setiap jenjang lain dalam perusahaan karena aktivitas yang dilakukan *public relations* saling menunjang dengan kegiatan yang dilakukan oleh setiap jenjang lain dalam perusahaan. Koordinasi yang baik antara *public relations* dengan setiap jenjang lain yang terdapat dalam perusahaan mengurangi resiko terjadinya krisis dalam perusahaan, dan untuk krisis yang sudah terlanjur terjadi akan lebih mudah dimengerti. Aktivitas *public relations* juga digunakan untuk mengatasi masalah yang timbul dengan publik eksternal misalnya masalah keluhan pelanggan. Contohnya dengan membentuk manajemen krisis untuk mengatasi krisis yang belum terjadi ataupun krisis yang sudah terlanjur terjadi.

b. *Problem Solving Process Fasilitator*

Peranan *loan service* dan *customer Service* sebagai *problem solving process fasilitator* adalah peranan *loan service* dan *customer Service* sebagai pihak yang mencegah munculnya masalah yang berasal dari eksternal perusahaan khususnya

nasabah dan dapat menjadi *financial advisor* untuk membantu mengarahkan keuangan nasabah dan bertindak sebagai pihak yang berusaha untuk segera mengatasi permasalahan yang ada terutama dalam hal menangani keluhan nasabah. Keluhan yang sering muncul pada nasabah KPR diantaranya keluhan mengenai angsuran KPR, sertifikat yang belum jadi padahal nasabah sudah melunasi angsuran, kualitas rumah yang kurang baik, naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos, melonjaknya iuran perumahan, pembayaran angsuran tetapi tidak mengurangi pokok, alih dibitur dibawah tangan, dan waktu pengajuan permohonan pihak bank dalam pengambilan keputusan terkesan terbelit-belit. Perusahaan menghindari terjadinya masalah tersebut dan mengurangi intensitasnya, karena untuk menghilangkannya sama sekali keluhan merupakan sesuatu yang mustahil. Apabila masalah/keluhan tidak dapat diatasi sendiri oleh *loan service* maupun *customer service*, maka *loan service* maupun *customer service* akan melaporkannya kepada pejabat berwenang yang terkait dalam hal menindaklanjuti keluhan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Amri Widayati selaku *loan service* :

Public relations berperan fasilitator pemecah masalah, seperti menangani keluhan. Keluhan nasabah KPR ditangani *loan service*. Tetapi apabila pihak *loan service* tidak dapat menanganinya maka akan dilaporkan ke bagian *retail service*.

4.2.4 Peranan *Public Relations* Dalam Menangani Keluhan Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perbankan dalam kegiatan operasional dan pelayanan seperti PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember masih saja dihadapkan dengan permasalahan tentang adanya ketidakpuasan nasabah sebagai publik eksternal perusahaan. Usaha yang dilakukan untuk mengidentifikasi kepuasan dan ketidakpuasan nasabah KPR yaitu dengan cara memantau terhadap standard-standard sikap pelayanan terutama yang dilakukan oleh *loan service*. Pemantauan dilaksanakan oleh *retail service*, pemantauan tersebut

diharapkan lebih meningkatkan kesadaran karyawan terhadap pelayanan prima (*service of excellent*) yang diberikan kepada nasabah.

Nasabah KPR yang mengalami ketidakpuasan terhadap produk maupun pelayanan mengajukan *complain*/keluhan baik melalui *loan service*, kotak saran yang disediakan ataupun melalui telepon *Call* BTN 484611. Biasanya nasabah KPR yang mengeluh kebanyakan datang langsung dan mengadukan keluhannya tersebut kepada *loan service* karena secara operasional penanganan keluhan nasabah KPR merupakan tugas *loan service*. Keluhan tersebut kemudian diinput kedalam *software* komputer yang sudah diotomatisasi untuk kemudian ditindaklanjuti. Beberapa macam keluhan yang muncul dari nasabah KPR adalah :

a. Keluhan angsuran

Keluhan angsuran sering muncul yang diakibatkan salah penulisan nomor debitur. Kesalahan tersebut terjadi karena kesalahan dalam penulisan nomor nasabah. Untuk mengatasi keluhan angsuran tersebut, akan dilakukan pengecekan nomor nasabah yang tertera pada kode debitur dengan kode yang ada di komputer. Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan angsuran secara keseluruhan dapat ditangani, hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya pihak bank dapat menangani keluhan angsuran. Seperti pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 33 nasabah dan seluruhnya dapat ditangani oleh pihak bank. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keluhan angsuran terjadi karena salah penulisan nomor debitur, hal tersebut terjadi karena kesalahan dalam mengentry nomor debitur. Untuk menyelesaikan atau menangani masalah keluhan angsuran akan dilakukan pengecekan nomor pada kode debitur dengan kode yang ada di komputer.

Hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan angsuran :

Saya sudah membayar angsuran tetapi bank mengatakan saya belum membayar. Kemudian saya disuruh fotocopy KTP. Waktu itu pihak bank mengatakan melalui telepon, kemudian saya datang ke kantor BTN untuk

mengurusi masalah itu. Setelah menunggu kurang lebih satu jam pihak bank mengatakan ada kesalahan penulisan nomor nasabah. Hal itu terjadi karena pihak bank salah dalam mengentry nomor nasabah ke komputer.

Begitu juga hasil wawancara dengan informan Heni Hariartik selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan angsuran:

Dulu saya pernah bayar cicilan KPR tapi bank bilang belum, terus waktu saya mengajukan keluhan, saya disuruh fotocopy KTP. Terus pihak bank, ya yang mengurus masalah KPR itu, mengecek nomor nasabah. Setelah di cek ternyata ada kesalahan penulisan nomor saya, nomor nasabah itu. Makanya waktu itu saya di bilang belum bayar cicilan KPR.

b. Pelunasan dipercepat

Pelunasan yang dipercepat dapat menimbulkan keluhan, maksudnya adalah pelunasan angsuran sesuai dengan jangka waktu kesepakatan antara pihak kreditur dan pihak debitur. Tetapi, nasabah ada yang melunasi angsuran kurang dari jangka waktu yang telah disepakati. Setelah adanya pelunasan, nasabah meminta sertifikat rumah, padahal sertifikat rumah belum selesai. Hal inilah yang dapat menimbulkan keluhan. Untuk menyelesaikan keluhan tersebut, *loan service* akan memberikan pengertian kepada nasabah bahwa sertifikat rumah baru selesai pada waktu kesepakatan pelunasan angsuran. Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan pelunasan dipercepat secara keseluruhan dapat ditangani, hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya pihak bank dapat menangani keluhan pelunasan dipercepat. Seperti pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 6 nasabah dan seluruhnya dapat ditangani oleh *pihak bank*.

Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keluhan pelunasan dipercepat terjadi karena nasabah melunasi angsuran sebelum jangka waktu yang disepakati kedua belah pihak. Waktu nasabah melunasi angsuran, nasabah minta sertifikat rumah, padahal sertifikat rumah belum jadi.

Hasil wawancara dengan informan Yuslinda selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan pelunasan dipercepat:

Saya pernah mengajukan keluhan tentang sertifikat rumah. Saya sudah melunasi angsuran tetapi sertifikat rumah belum diberikan.

c. Alih debitur dibawah tangan

Pihak debitur menjual rumah kepada orang lain yang masih dalam tahap pelunasan kreditnya tanpa pemberitahuan kepada pihak bank. Ketika pengangsuran kreditnya dalam tahap lunas, orang tersebut meminta sertifikat rumah. Secara otomatis oleh pihak bank sertifikat rumah diberikan kepada nama yang tercantum pada sertifikat, dan pengambilan sertifikat tidak boleh diwakilkan kepada siapapun. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember menghimbau pada nasabah yang ingin menjual rumahnya kepada pihak ke II harus memberitahukan kepada pihak bank, sehingga dalam proses menjual rumah ada pihak ke III dalam hal ini notaris untuk menerbitkan surat akta jual beli, sehingga ada kejelasan tentang pemilik baru dari rumah yang diperjual belikan. Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan alih debitur dibawah tangan secara keseluruhan dapat ditangani, hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya pihak bank dapat menangani keluhan alih debitur dibawah tangan. Seperti pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 11 nasabah dan seluruhnya dapat ditangani oleh pihak bank. Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keluhan alih debitur dibawah tangan terjadi karena debitur waktu menjual rumahnya yang masih dalam tahap pelunasan, tidak memberitahu pihak bank. Waktu angsuran lunas, orang yang membeli rumah tersebut meminta sertifikat rumah. Padahal sertifikat rumah hanya dapat diberikan kepada orang yang namanya tercantum pada sertifikat itu. Jadi untuk dapat mengambil sertifikat harus mengajak orang yang namanya tercantum pada sertifikat itu.

Hasil wawancara dengan informan Djunaidi selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan alih debitur dibawah tangan:

Saya pernah mengajukan keluhan ke kantor BTN karena sertifikat rumah saya tidak bisa diambil. Karena waktu membeli rumah, pemilik rumah masih dalam pelunasan angsuran. Waktu itu kita tidak memberitahu pihak bank jadi sertifikat rumah masih atas nama pemilik rumah yang dulu. Setelah angsurannya selesai, sertifikat rumahnya tidak bisa saya ambil kemudian pihak bank menyuruh fotocopy identitas, pihak bank juga menyuruh mengajak pemilik rumah yang lama untuk datang ke kantor BTN karena sertifikat hanya bisa diambil oleh orang yang namanya tercantum pada sertifikat.

d. Kualitas bangunan yang kurang baik

Apabila terjadi keluhan mengenai kualitas bangunan yang dilakukan oleh pihak bank adalah melakukan cross chek berdasarkan data yang dimiliki pihak bank dengan data yang ada di computer. Hasil dari cross chek tersebut akan dibicarakan dengan pihak developer, selanjutnya pihak developer akan melakukan perbaikan. Setelah pihak developer melakukan perbaikan, pihak bank akan mengecek kembali apakah rumah sudah dinyatakan layak huni apa belum. Kriteria rumah layak huni menurut PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah bangunan kokoh, terdapat kamar mandi, saluran air bersih, listrik dan saluran pembuangan (septiktank). Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan kualitas bangunan secara keseluruhan dapat ditangani, hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya pihak bank dapat menangani keluhan kualitas bangunan. Seperti pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 75 nasabah dan seluruhnya dapat ditangani oleh pihak bank. Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keluhan kualitas rumah sebenarnya tanggung jawab developer. Jadi apabila ada yang mengajukan keluhan, pihak bank akan melakukan cross chek kemudian membicarakan dengan pihak developer, selanjutnya pihak developer akan memperbaikinya.

Hasil wawancara dengan Pras selaku developer:

Apabila terdapat keluhan kualitas bangunan maka pihak bank akan memberitahu developer selanjutnya developer akan melakukan perbaikan. Setelah diperbaiki, pihak bank akan melakukan cross chek kembali apakah rumah sudah layak untuk di huni apa tidak.

Sesuai hasil wawancara dengan informan Jupri selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan kualitas bangunan yang kurang baik:

Saya pernah mengajukan keluhan mengenai kualitas bangunan. Bangunan bagian dapur ventilasinya kurang bagus. Waktu saya mengajukan keluhan ke bank, pihak bank menyuruh fotocopy identitas setelah itu sekitar tiga hari kemudian pihak bank melakukan crosss chek dan dua hari berikutnya rumah diperbaiki.

Hasil wawancara dengan informan Utari selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan kualitas bangunan yang kurang baik:

Saya pernah mengajukan keluhan mengenai bangunan rumah. Belum genap satu bulan cat tembok sudah mengelupas. Waktu saya mengajukan keluhan, pihak bank menyuruh fotocopy identitas, waktu itu saya memakai KTM. Kemudian pihak bank mengatakan nanti saya akan dihubungin karena pihak bank akan melakukan pengecekan terlebih dahulu dan akan membicarakan dengan developer. Dua hari kemudian pihak bank melakukan pengecekan. Dua hari berikutnya rumah diperbaiki.

Keluhan mengenai kualitas rumah merupakan jenis keluhan yang tertinggi diantara jenis keluhan yang lain. Untuk mengurangi keluhan kualitas rumah, mengharuskan pihak bank untuk pandai-pandai memilih developer sebagai mitra kerja. Developer yang dipilih sebagai mitra kerja harus dapat mentaati aturan yang telah disepakati bersama.

e. Naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos

Apabila terjadi keluhan mengenai naiknya biaya administrasi via pos maka pihak bank akan membicarakan dengan pihak kantor pos, karena sering kali pihak kantor pos tidak mengkonfirmasi kepada pihak bank mengenai naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR, selain itu *loan service* akan member pengertian kepada nasabah penyebab pihak bank tidak mengkonfirmasi kenaikan biaya

administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos. Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos secara keseluruhan dapat ditangani, hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya pihak bank dapat menangani keluhan naiknya biaya administrasi cicilan KPR via kantor pos. Seperti pada tahun 2009 jumlah pihak bank. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keluhan biaya administrasi cicilan KPR via pos naik terjadi karena pihak pos sendiri apabila ada kenaikan tidak memberitahu pihak bank, sehingga pihak bank tidak mengkonfirmasi kepada nasabah. Untuk mengatasi hal itu, pihak bank akan membicarakan dengan pihak pos agar ada pemberitahuan kalau ada kenaikan sehingga bisa konfirmasi kepada nasabah.

Sesuai hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan:

Saya pernah mengajukan keluhan tentang biaya administrasi cicilan KPR lewat kantor pos sering naik, waktu itu saya mengajukan keluhan lewat telepon. Waktu itu bank mengatakan kalau mereka tidak memberitahu nasabah karena pihak kantor pos juga tidak memberitahu bank kalau biayanya naik.

f. Melonjaknya iuran perumahan

Melonjaknya iuran perumahan KPR pada BTN karena suku bunga KPR naik. Suku bunga KPR disesuaikan dengan kondisi bank dan perkembangan perekonomian. Untuk mengatasi keluhan tersebut pihak bank akan memberi pengertian kepada nasabah dan menghimbau kepada para nasabah untuk mengikuti perkembangan suku bunga KPR sehingga nasabah mengetahui apabila terjadi kenaikan iuran perumahan. Hasil penyelesaian tersebut untuk keluhan melonjaknya iuran perumahan sebesar 83% sudah dapat ditangani. hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 6 nasabah dan 5 nasabah dapat ditangani oleh pihak bank. Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

keluhan naiknya iuran perumahan terjadi karena melonjaknya suku bunga. Suku bunga KPR disesuaikan dengan kondisi bank dan perkembangan perekonomian. Seringnya nasabah yang mengeluh karena mereka kurang mengikuti perkembangan tentang suku bunga KPR.

Hasil wawancara dengan informan Mahrus selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan melonjaknya iuran perumahan :

Pada tanggal 28 oktober 2009, saya mengecek saldo di ATM BTN. Saya kaget karena di debet ada angsuran sebesar 1,8 juta. Kemudian saya telepon BTN, dan yang lebih membuat saya kaget lagi ternyata BTN menaikkan angsuran karena alasan kenaikan suku bunga. Saya heran kenapa kenaikan angsuran terjadi tanpa ada konfirmasi. Waktu saya mengajukan keluhan, hal yang dilakukan oleh bank itu mencatat keluhan saya terus menjelaskan permasalahan kenaikan suku bunga.

- g. Waktu pengajuan permohonan KPR, pihak BTN dalam mengambil keputusan terkesan berbelit-belit

Nasabah KPR terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Untuk menentukan permohonan calon nasabah diterima atau tidak, pihak bank harus benar-benar menyeleksi apakah calon nasabah telah memenuhi syarat sebagai nasabah KPR apa tidak, hal itulah yang menyebabkan calon nasabah menilai pihak BTN terkesan berbelit-belit dalam mengambil keputusan. Pihak bank selalu memghimbau kepada calon nasabah bahwa pihak bank harus selektif dalam memilih nasabah KPR agar nantinya tidak ada pihak yang dirugikan. Hasil penyelesaian tersebut sebesar 95% sudah dapat ditangani. hal ini diperkuat oleh data yang menunjukkan bahwa pada tahun 2009 jumlah keluhan sebesar 21 nasabah dan 20 nasabah dapat ditangani oleh pihak bank. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Keputusan pengajuan KPR yang terbelit-belit, itu sebenarnya tidak terbelit-belit tetapi untuk mengajukan KPR terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi calon nasabah. syarat-syarat itu untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan seperti kredit macet. Untuk mencegah hal itu, pihak bank harus selektif menerima calon nasabah. Inilah yang sering dianggap terbelit-belit dalam mengambil keputusan.

Hasil wawancara dengan informan Alex selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan mengenai waktu pengajuan permohonan KPR, pihak bank terkesan terbelit-belit :

Waktu saya mengajukan KPR pihak bank cukup lama memberi keputusan. Waktu itu saya sempat kesal karena saya pernah bertanya bagaimana keputusannya melalui telepon, tetapi pihak bank dalam memberi jawaban tidak memuaskan. Karena waktu itu saya tidak terburu-buru mempunyai rumah jadi saya tetap sabar menunggu keputusan dari bank”.

Hasil wawancara dengan informan Yuslinda selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan mengenai waktu pengajuan permohonan KPR, pihak bank terkesan terbelit-belit :

Waktu saya mengajukan KPR, pihak bank lama memberi keputusan diterima apa tidak, selain itu menurut saya persyaratannya terlalu ribet.

Hasil wawancara dengan informan Djunaidi selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan mengenai waktu pengajuan permohonan KPR, pihak bank terkesan terbelit-belit :

Saya pernah mengajukan keluhan karena waktu mengajukan KPR pihak bank cukup lama mengambil keputusan. Setelah cukup lama menunggu, saya mengajukan keluhan melalui telepon tetapi tetap saja belum ada keputusan. Kemudian saya datang ke kantor BTN dan tidak lama setelah itu BTN menyatakan bahwa pengajuan saya diterima”.

Cara yang dilakukan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam menghadapi keluhan yaitu:

- a. Menciptakan suasana akrab dengan berjabat tangan, menanyakan alasan kedatangan nasabah.
- b. Mendengarkan keluhan yang diajukan nasabah dengan tidak memotong pembicaraan nasabah.
- c. Memberikan penjelasan kepada nasabah dengan penuh kesabaran dan mengajukan pertanyaan apakah penjelasan yang diberikan dapat dimengerti oleh nasabah.

- d. Penyelesaian keluhan pada saat itu juga, tetapi jika tidak dapat diselesaikan nasabah dapat menulis keluhan tersebut dan jangka waktu penyelesaian komplain 21 hari.

Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service* :

Kami selalu menyambut nasabah dengan senyum, salam, sapa dan menciptakan suasana kekeluargaan. Sesuai dengan pedoman BTN. Kalau ada nasabah yang mengajukan keluhan, kami akan mendengarkan dengan sabar, tidak memotong pembicaraan, apabila sudah selesai baru kami memberikan penjelasan dengan sabar, jelas dan akan menanyakan apakah penjelasan yang kami berikan sudah dimengerti.

Sesuai hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan:

Waktu saya mengajukan keluhan ke kantor BTN, pihak bank ramah. Mereka juga mendengarkan keluhan saya dengan sabar. Keluhan saya juga diselesaikan pada hari itu juga.

Hasil wawancara dengan informan Yuslinda selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan :

Waktu saya datang ke kantor BTN untuk mengajukan keluhan, sikap pihak bank bermacam-macam ada yang ramahada juga yang kurang ramah. Tetapi keluhan saya dapat diselesaikan kurang dari satu minggu.

Peranan *public relation* dalam menangani keluhan nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember ditekankan pada proses investigasi sampai pada pengkomunikasian terhadap nasabah/pelanggan. Adapun proses yang dilakukan *loan service* dalam menyelesaikan keluhan nasabah KPR adalah sebagai berikut:

- a. Pengenalan situasi dan penemuan fakta

Tahapan awal proses yang dilakukan *loan service* dalam menangani keluhan nasabah KPR adalah pengenalan situasi dan penemuan fakta. Pengenalan situasi maksudnya pihak *loan service* mengidentifikasi permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Permasalahan tersebut bisa terjadi karena beberapa kesalahan yang

dilakukan oleh beberapa pihak yang terlibat, antara lain nasabah itu sendiri, developer atau juga pihak bank. Pada pengenalan situasi ini, yang dilakukan *loan service* adalah menerima keluhan yang masuk dari nasabah baik melalui telepon maupun nasabah datang langsung ke kantor BTN. *Loan service* terlebih dahulu mengetahui situasi yakni mengetahui permasalahan apa yang membuat nasabah KPR mengajukan keluhan. Berbagai permasalahan yang sering muncul dari pihak nasabah terkait beberapa hal seperti keluhan angsuran, pelunasan dipercepat, alih debitor dibawah tangan, kualitas bangunan yang kurang baik, naiknya biaya administrasi setoran cicilan KPR via kantor pos, melonjaknya iuran perumahan dan waktu pengajuan permohonan KPR, pihak bank dalam mengambil keputusan terkesan berbelit-belit. Dari berbagai permasalahan yang sering muncul kemudian pihak *loan service* melakukan *cross check* dengan berdasarkan data-data yang dimiliki pihak bank dengan data yang ada di lapangan. Dari hasil pengamatan tersebut, pihak *loan service* mengambil keputusan atas permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Pada akhirnya *loan service* menemukan fakta atas permasalahan dari nasabah tersebut.

b. Perencanaan

Perencanaan dilakukan atas dasar penemuan fakta-fakta yang ada di lapangan kemudian melakukan analisis dan merencanakan bagaimana sebaiknya menindaklanjuti permasalahan yang ada tersebut. Pada tahap perencanaan, pihak *loan service* mempunyai program yang terkait dengan keluhan yang diajukan oleh nasabah. Program tersebut dilakukan sebagai dasar untuk menyelesaikan permasalahan yang ada berdasarkan temuan fakta di lapangan. Program dalam tahap perencanaan adalah sebagai berikut:

1) Menganalisis penyebab nasabah mengajukan keluhan

Dari tahap pengenalan situasi, pihak *loan service* sudah menemukan fakta permasalahan yang kemudian dianalisis kembali penyebab fakta permasalahan itu muncul. Contoh keluhan mengenai kualitas bangunan yang diajukan oleh nasabah Utari, Utari mengajukan keluhan karena belum genap

satu bulan cat tembok sudah mengelupas. Setelah keluhan diterima, pihak *Loan service* mengecek data dari nasabah dengan data yang ada di lapangan. Kemudian pihak *loan service* menganalisis penyebab cat tembok mengelupas dan membuat program perbaikan karena setelah di analisis, diketahui penyebab tembok mengelupas adalah kualitas cat dan semen yang dipakai kurang bagus.

2) Menetapkan anggaran

Perusahaan dalam menetapkan anggaran untuk menangani keluhan nasabah adalah 3% dari laba pertahun yang diperoleh perusahaan.

3) Komunikasi dengan pihak internal

Petugas lapangan melaporkan kepada pimpinan *loan service* yang menangani keluhan untuk memperoleh keputusan atau kebijakan yang diambil sebagai solusi yang memuaskan.

c. Komunikasi (*communications*)

Setelah tahap perencanaan, selanjutnya pihak *loan service* mengkomunikasikan keputusan yang telah disetujui dalam komunikasi internal terkait keluhan yang diajukan oleh nasabah. *Loan service* mengkomunikasikan hasil akhir penyelesaian keluhan kepada nasabah. Pada tahap komunikasi ini, *loan service* mengembangkan teknik yaitu :

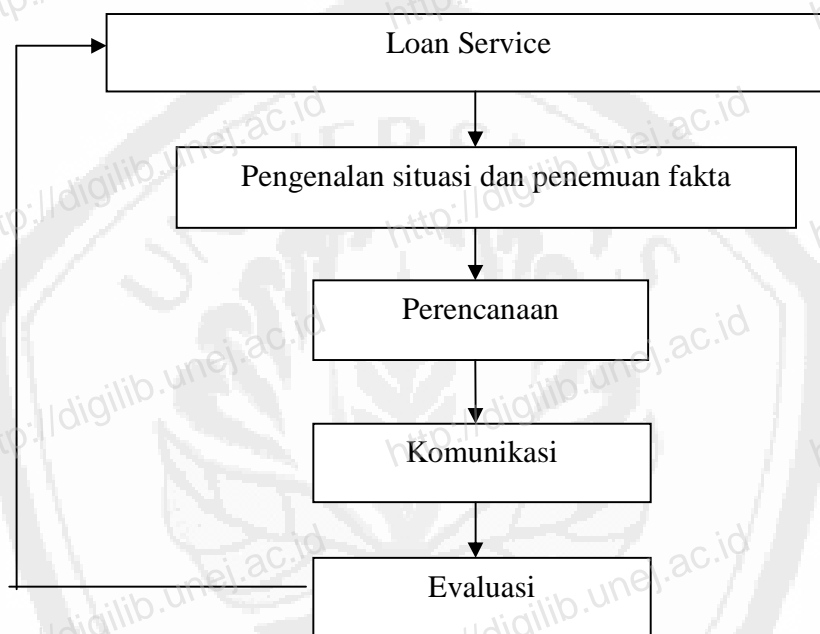
- 1) Dalam setiap penyampaian kata-kata dikemas dengan jelas, lugas, mudah dimengerti dan sopan.
- 2) Memberikan penjelasan kepada nasabah dengan penuh kesabaran dan mengajukan pertanyaan apakah penjelasan yang diberikan dapat dimengerti oleh nasabah.

d. Evaluasi (*Evaluation*)

Tahapan akhir setelah komunikasi yang dilakukan oleh *loan service*, adalah evaluasi. Tahap evaluasi dilakukan setelah nasabah memperoleh penanganan atas keluhannya. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah nasabah yang telah

memperoleh penanganan atas keluhannya tersebut tidak muncul lagi dengan permasalahan serupa di masa depan. *Loan service* kemudian melakukan pembukuan terhadap data-data yang berkaitan dengan nasabah yang mengajukan keluhan dan penyelesaiannya.

Gambar 4.3 Alur Proses Penyelesaian Keluhan Nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember



4.1.5 Tolok Ukur Penanganan Keluhan Nasabah KPR

Keluhan nasabah adalah hal yang harus dapat segera ditangani dengan tepat, memuaskan dan cepat. Karena hal tersebut berkaitan dengan kepercayaan publik terhadap perusahaan dan dapat mempertahankan *image corporate*. Adapun tolok ukur yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat BTN dalam menangani keluhan nasabah adalah jawaban keluhan maksimum yaitu 21 hari atau 3 minggu. Tolok ukur yang digunakan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember untuk mengevaluasi penanganan keluhan nasabah yaitu:

- a. Adanya pujian yang disampaikan nasabah baik secara langsung ataupun melalui telepon.

Jenis pujian yang disampaikan nasabah yang keluhannya ditangani oleh pihak bank adalah ucapan terima kasih dan ucapan kepuasan. Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service* :

Tolok ukur penanganan keluhan dengan ucapan pujian dan menyusutnya jumlah keluhan nasabah. Sebagian besar nasabah yang mengajukan keluhan dan keluhannya terselesaikan akan mengucapkan ucapan terima kasih dan ucapan kepuasan atas kinerja kami. Baik untuk nasabah yang mengajukan lewat telepon maupun datang langsung ke kantor BTN.

Sesuai hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan :

Selama saya mengajukan keluhan, pihak bank dapat mengatasinya dengan cepat, tidak lebih dari satu minggu. Jadi saya tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih dan puas bila masalahnya terselesaikan.

Hasil wawancara dengan informan Yuslinda selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan :

Apabila masalah saya sudah diselesaikan, saya akan mengatakan terima kasih. Tetapi apabila waktu pengajuan keluhan, pihak bank tidak ramah saya tidak mengucapkan terima kasih walaupun mereka dapat menyelesaikan keluhan saya.

- b. Menyusutnya jumlah keluhan nasabah.

Keseluruhan nasabah yang mengajukan keluhan sudah ditangani oleh pihak bank, baik jenis keluhan yang ringan maupun berat. Jenis keluhan yang ringan seperti keluhan tentang angsuran, yang dapat diselesaikan oleh pihak bank pada hari yang sama saat nasabah mengajukan keluhan sedangkan, jenis keluhan yang berat seperti kredit macet akibat kasus perceraian. Pada kasus ini, penyelesaiannya sampai ke pengadilan. Apabila terjadi kredit macet, bank akan memberi peringatan dan memberi waktu selama 3 bulan, jika dalam waktu tiga bulan nasabah belum dapat membayar maka akan diselesaikan di pengadilan dan rumah tersebut akan dilelang. Semua

penanganan keluhan tersebut diselesaikan tanpa melewati batas waktu yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat Bank Tabungan Negara yaitu 3 minggu atau 21 hari. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service* :

Keseluruhan keluhan sampai saat ini sudah dapat ditangani dengan tidak melewati batas waktu penanganan keluhan. Keluhan yang tergolong ringan seperti keluhan tentang angsuran, sehingga bisa ditangani pada hari yang sama. Tapi kalau keluhan yang berat itu seperti kredit macet. Penyebabnya bisa karena kasus perceraian. Penyelesaian kasus ini bisa sampai ke pengadilan.

Hambatan yang dihadapi *loan service* dalam menangani keluhan adalah nasabah tidak komunikatif dan emosional sehingga sulit untuk menerima penjelasan yang diberikan. Mengatasi hal tersebut, upaya yang dilakukan *loan service* adalah :

- a. Menghadapi keluhan dengan penuh rasa hormat.
- b. Tidak terbawa emosi nasabah, pertahankan suasana tenang.
- c. Mendengarkan dengan penuh perhatian akan keluhan-keluhan yang diutarakan, berbicara dengan suasana keakraban.
- d. Tidak memotong dan memonopoli pembicaraan keluhan nasabah.
- e. Memberikan penghargaan atas keluhan yang disampaikan dengan ucapan terima kasih dan berjanji akan memperbaiki kekurangan-kekurangan atas pelayanannya.

Hasil wawancara dengan informan Amri Widayati selaku bagian *loan service*:

Hambatannya itu nasabah sering emosional sehingga sulit menerima penjelasan. Untuk mengatasinya, kami menghadapiya dengan penuh rasa hormat, tidak terbawa emosi, mendengarkan dengan penuh perhatian, menciptakan suasana keakraban, tidak memotong dan memonopoli pembicaraan, mengucapkan terima kasih, kalau ada kekurangan pelayanannya berjanji akan memperbaiki dan menawarkan jalan keluar untuk masalah itu.

Sedangkan hasil wawancara dengan informan Yusleli selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan:

Setiap saya mengajukan keluhan, saya tidak pernah emosi. Saya menjelaskan masalah dengan pelan-pelan dan jelas. Kemudian apabila pihak bank

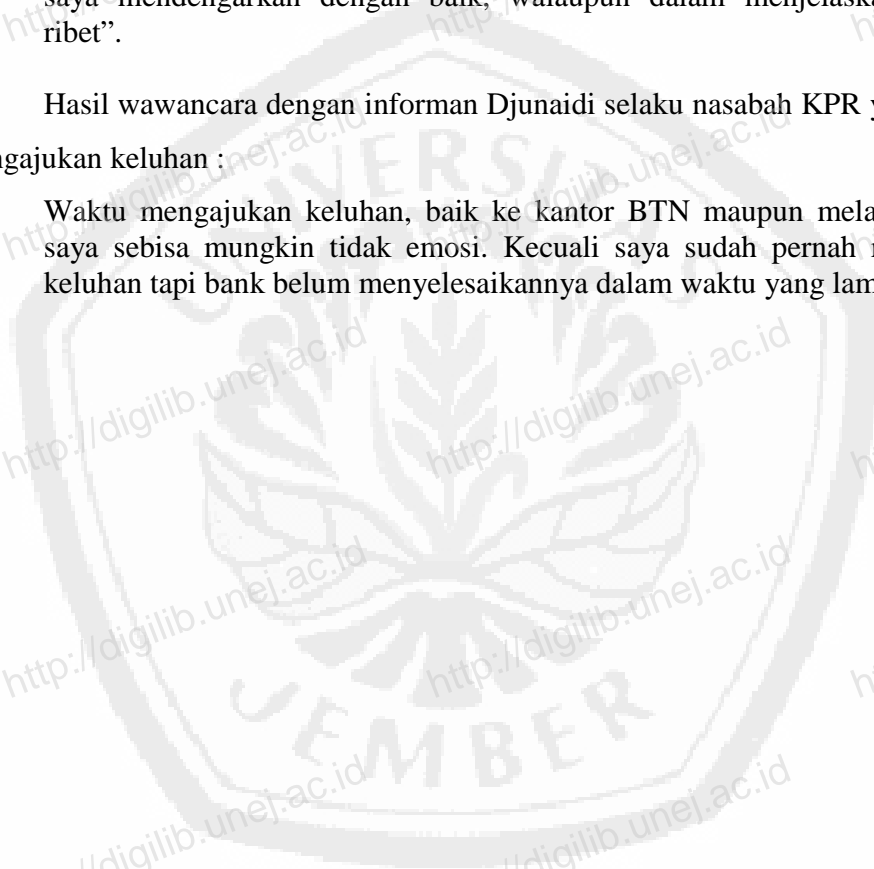
memberikan penjelasan, saya mendengarkan dengan baik tetapi apabila saya belum paham, saya akan bertanya.

Hasil wawancara dengan informan Heni selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan :

Waktu mengajukan keluhan, saya tidak pernah emosi. Saya bicarakan permasalahan dengan sabar dan jelas. Kemudian apabila mereka menjelaskan, saya mendengarkan dengan baik, walaupun dalam menjelaskan terkesan ribet”.

Hasil wawancara dengan informan Djunaidi selaku nasabah KPR yang pernah mengajukan keluhan :

Waktu mengajukan keluhan, baik ke kantor BTN maupun melalui telepon, saya sebisa mungkin tidak emosi. Kecuali saya sudah pernah mengajukan keluhan tapi bank belum menyelesaikannya dalam waktu yang lama.



4.3 Interpretasi

Tabel 4.1 Matrik Analisis Domain Peranan *Public Relations* Terkait dengan Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember

Bidang	Implementasi	Evaluasi
Aktivitas <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	<p>Aktivitas <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terdiri dari :</p> <p>a. Publisitas Tujuan dari kegiatan publisitas adalah mengenalkan produk kepada khalayak eksternal dengan cara menyebarkan brosur yang langsung bisa diambil pada saat melakukan pembayaran.</p> <p>b. Hubungan dan komunikasi dengan publik internal Tujuannya adalah untuk membina hubungan dikalangan internal yaitu hubungan baik antara pimpinan, karyawan, dan keluarga karyawan dengan cara mengkoordinir masalah yang ada di publik internal seperti menjenguk karyawan atau keluarga karyawan yang sedang sakit.</p> <p>c. Hubungan dan komunikasi dengan publik eksternal Tujuannya adalah untuk mengadakan hubungan</p>	<p>a. Kegiatan publisitas pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember membina hubungan melalui mengeluarkan brosur-brosur, penulisan artikel di media massa, penerbitan bulletin dan pemasangan spanduk di tempat yang strategis misalnya pada waktu hari raya idul fitri, BTN akan memasang spanduk dalam rangka mengucapkan hari raya idul fitri.</p> <p>b. Membina hubungan dan komunikasi dengan publik internal dilakukan dengan mengadakan <i>meeting</i> setiap bulannya, arisan keluarga dan menempel pengumuman di mading atau memberikan pengumuman melalui interkom seperti karyawan yang sakit, berita duka dengan melayat bersama, olah raga atau perlombaan, mengadakan acara rekreasi bersama.</p> <p>c. Hubungan dan komunikasi dengan publik eksternal dilakukan dengan membantu nasabah yang ingin membuka rekening baru atau</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	<p>timbang balik dengan publiknya untuk memperoleh pengertian bersama (<i>mutual understanding</i>), sehingga tercipta opini publik yang menyenangkan dan memperoleh dukungan dari publiknya.</p>	<p>nasabah yang akan menggunakan fasilitas kredit KPR, menangani keluhan yang timbul dari nasabah dengan memberikan pelayanan yang prima.</p>
	<p>d. Menciptakan dan mempertahankan citra perusahaan Menciptakan citra perusahaan perlu dilakukan untuk memperoleh kepercayaan dari publiknya.</p>	<p>d. Menciptakan dan mempertahankan citra dilakukan dengan <i>sponsorship</i> dengan memberikan sumbangan dana pada instansi pendidikan, bhakti sosial, dilakukan dengan melaksanakan acara khitanan masal, memberikan bantuan kepada yayasan dan panti asuhan dan kaum dhuafa. Seperti setiap bulan memberikan bantuan kepada panti ayuhan dimana dana didapat dari basis BTN dengan cara memotong gaji karyawan setiap bulan sebesar 2,5 % dari gaji pokok.</p>
	<p>e. Lobbi Tujuannya adalah untuk menjalin kerjasama dengan pemerintah, perusahaan swasta dan dengan lembaga-lembaga pendidikan yang ada di Jember.</p>	<p>e. Kegiatan lobbi dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pemerintah contohnya Pemerintah Kabupaten, PT. Pos Indonesia se-wilayah Kerisidenan Besuki, Balai Lelang Swasta (PT. Balangan), PDAM, PLN, Pajak dan disperindag</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
Khalayak sasaran <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	<p>Khalayak sasaran yang ditetapkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember terdiri dari :</p> <p>a. Khayak internal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pemegang saham 2) Pimpinan 3) Karyawan 4) Keluarga karyawan <p>b. Khalayak eksternal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pemerintah 2) Developer 3) Nasabah 	<p>Seperti BTN menjalin kerjasama dengan PT. POS dalam rangka mempermudah nasabah KPR dalam melakukan pembayaran cicilan KPR</p> <p>a. Khalayak internal terdiri dari pemegang saham, pimpinan, karyawan dan keluarga karyawan. Kegiatan yang dilakukan dengan pemegang saham dan pimpinan adalah membina hubungan baik dan menghindari <i>miss communications</i> yang berkaitan dengan perusahaan misalnya mengenai kebijakan perusahaan, adanya rapat atau <i>meeting</i> bulanan. Dalam membina hubungan antara karyawan dan keluarga karyawan diharapkan karyawan mampu kerjasama saling memberikan pelayanan yang terbaik dengan Karyawan lainnya, mengadakan arisan keluarga karyawan yang diadakan setiap satu bulan sekali dan rekreasi bersama antara karyawan dan keluarga karyawan yang diadakan pada hari libur.</p> <p>b. Khalayak eksternal terdiri dari pemerintah, developer, nasabah, media massa, kalangan akademik dan</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	4) Media massa	Masyarakat sekitar.
	5) Kalangan akademik	Pemerintah sebagai khalayak eksternal yang membuat seluruh peraturan daerah yang harus ditaati oleh seluruh perusahaan.
	6) Masyarakat sekitar	Developer sebagai mitra sangat berperan dalam kelangsungan kegiatan BTN. Kegiatan dengan developer merupakan bentuk kerjasama mewujudkan pembangunan sebagai mitra dalam kontruksi perumahan. Nasabah merupakan sasaran utama bagi perusahaan karena nasabah yang mendukung terhadap kemajuan perusahaan. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam menyampaikan informasi yang terkait dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan menggunakan jasa media massa. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember juga ikut serta dalam mensukseskan kegiatan pendidikan. Hal ini terbukti dengan menjadi <i>sponsorship</i> dari kegiatan yang dilakukan oleh sekolah-sekolah. Perusahaan juga membantu memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam hal pembayaran SPP, POMA dan KKN. PT. Bank

Bidang	Implementasi	Evaluasi
<p>Peranan <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember</p>	<p>Peranan <i>Public Relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember adalah sebagai <i>communication fasilitator</i> dan <i>problem solving process fasilitator</i> yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Communicator fasilitator</i> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Relationship</i> Membina hubungan dengan publik internal seperti mengikuti kegiatan seperti rekreasi, acara ultah BRI, arisan, <i>briefing</i> karyawan. b) Membina hubungan dengan publik eksternal seperti, membina hubungan dengan pengguna jasa perbankan, menjalin kerjasama dengan kalangan akademik, pemerintah dan media massa. 	<p>Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember sadar akan kedudukannya tidak lepas dari masyarakat dimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya dengan menciptakan hubungan yang harmonis, melalui penciptaan citra yang baik, memberikan bantuan kepada kaum dhuafa dan memberikan sumbangan kepada warga sekitar yang terkena musibah.</p> <p>Peranan <i>public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember sebagai :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Communicator fasilitator</i> <p><i>Public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diinginkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut untuk dapat menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada publiknya. <i>Communications fasilitator</i> terdiri dari beberapa peranan komunikasi yang meliputi kegiatan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Relationship</i> <p><i>Public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember membangun hubungan positif antara publik internal</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
		<p>dan publik eksternal. Dalam membina hubungan dengan publik internal perusahaan dilakukan dengan berusaha menjalin hubungan yang harmonis melalui pendekatan-pendekatan di luar lingkungan kerja yang dapat mempererat hubungan antara sesama karyawan dan menunjukkan bahwa perusahaan menghargai keberadaan publik internal yang terdiri dari pimpinan cabang, karyawan dan keluarga karyawan. Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam membina hubungan dengan publik internal perusahaan diantaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Mengikuti acara kunjungan wisata ke tempat-tempat rekreasi dan menghadiri acara peringatan ulang tahun BTN yang diadakan setiap tanggal 9 Februari. b) <i>Briefing</i> karyawan c) Mengadakan arisan. <p>Sedangkan, dalam membina hubungan dengan publik eksternal perusahaan adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Membina hubungan dengan pengguna jasa perbankan berusaha mengetahui keinginan dan harapan pengguna jasa perbankan yang selanjutnya disampaikan kepada perusahaan untuk

Bidang	Implementasi	Evaluasi
		<p>dipertimbangkan.</p> <p>b) Membina hubungan dengan pemerintah daerah dengan mematuhi semua peraturan daerah (perda)</p> <p>Membina hubungan dengan kalangan akademik untuk pembayaran SPP, uang KKN, wisuda dan POMA juga melakukan aktivitas <i>relationship</i> dengan kalangan akademik yang ada di Jember seperti memberikan kesempatan/ijin pada kalangan akademik untuk melakukan penelitian maupun magang pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.</p> <p>c) Membina hubungan dengan media massa/pers Bentuk kegiatan dalam membina hubungan dengan media massa/pers dalam memperoleh informasi yang terbuka mengenai perusahaan, mengundang pers dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh BTN seperti HUT BTN yang diadaka setiap tanggal 9 Februari, peluncuran produk baru, <i>event-event</i> perusahaan, menerima</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	<p>2) Komunikator</p> <p>a) Menyampaikan apa yang diinginkan nasabah kepada pihak manajemen Dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen karena memahami kondisi lapangan</p>	<p>dengan ramah kunjungan dari kalangan media massa dan menerima/menanggapi keluhan maupun kritik dan saran eksternal publik yang disampaikan melalui media massa</p> <p>2) Komunikator <i>Public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember mempunyai kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan atau bertatap muka, yang bertujuan untuk menjelaskan keinginan, kebijakan dan harapan perusahaan kepada publik dengan mempublikasikan melalui media, baik media internal maupun eksternal. Dipihak lain, mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh khalayak dengan cara menerima keluhan, kritik dan saran melalui kotak saran yang ada di bank BTN, melalui <i>call</i> BTN ataupun berhadapan langsung dengan pihak bank, sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	<p>3) <i>Back up Management</i> Aktivitas <i>public relations</i> yang mendukung setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.</p> <p>b. <i>Problem Solving process fasilitator</i> Peranan <i>loan service</i> dan <i>customer service</i> salah satunya adalah sebagai pihak yang mencegah timbulnya masalah yang berasal dari luar perusahaan khususnya nasabah.</p>	<p>pihak.</p> <p>3) <i>Back up management Public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain untuk mencapai tujuan perusahaan. Aktivitas <i>public relations</i> berkaitan erat dengan setiap jenjang lain dalam perusahaan karena aktivitas yang dilakukan <i>public relations</i> saling menunjang dengan kegiatan yang dilakukan oleh setiap jenjang lain dalam perusahaan. Koordinasi yang baik antara <i>public relations</i> dengan setiap jenjang lain yang terdapat dalam perusahaan mengurangi resiko terjadinya krisis dalam perusahaan dan untuk krisis yang sudah terlanjur terjadi akan lebih mudah dimengerti.</p> <p>b. <i>Problem solving process fasilitator</i> <i>Public relations</i> pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember bertindak sebagai pihak yang dapat mencegah dan mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi oleh perusahaan, hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan baik sebagai penasihat hingga mengambil keputusan dalam menghadapi krisis di perusahaan.</p>

Tabel 4.2 Matrik Analisis Taksonomi Peranan *Public Relations* Dalam Menangani Keluhan Nasabah KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

Bidang	Implementasi	Evaluasi
Peranan <i>Public Relations</i> dalam penanganan keluhan nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	Proses yang dilakukan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam menangani keluhan nasabah KPR melalui beberapa tahap: a. Pengenalan situasi dan penemuan fakta, yaitu mengidentifikasi permasalahan yang diajukan oleh nasabah kemudian melakukan <i>cross check</i> .	<i>Loan service</i> menjadi komunikator atau mediator yang menjembatani permasalahan antara perusahaan dengan nasabahnya, seperti menangani keluhan nasabah. Penanganan keluhan nasabah melalui beberapa tahap : a. Pengenalan situasi dan penemuan fakta Tahapan awal proses yang dilakukan <i>loan service</i> dalam menangani keluhan nasabah KPR adalah pengenalan situasi. Pengenalan situasi maksudnya pihak <i>loan service</i> mengidentifikasi permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Permasalahan tersebut bisa terjadi karena beberapa kesalahan yang dilakukan oleh beberapa pihak yang terlibat, antara lain nasabah itu sendiri, developer atau juga pihak bank. Pada pengenalan situasi ini, yang dilakukan <i>loan service</i> adalah menerima keluhan yang masuk dari nasabah baik melalui telepon maupun nasabah datang langsung ke kantor BTN. <i>Loan service</i> terlebih dahulu mengetahui situasi yakni mengetahui permasalahan apa yang membuat nasabah KPR mengajukan keluhan. Dari berbagai permasalahan yang

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	<p>b. perencanaan, yaitu merencanakan penyelesaian keluhan nasabah KPR dengan menggunakan program perencanaan yaitu menganalisis penyebab nasabah mengajukan</p>	<p>sering muncul kemudian pihak <i>loan service</i> melakukan <i>cross check</i> dengan berdasarkan data-data yang dimiliki pihak bank dengan fakta yang ada di lapangan. Hasil pengamatan tersebut, pihak <i>loan service</i> mengambil keputusan atas permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Pada akhirnya <i>loan service</i> menemukan fakta atas permasalahan dari nasabah tersebut. Misalnya ada nasabah yang mengajukan keluhan kualitas bangunan, maka pihak bank akan melakukan <i>cross check</i> berdasarkan data yang dimiliki perusahaan dengan data yang ada di komputer. kemudian pihak bank akan membicarakan dengan developer selanjutnya developer akan memperbaiki. Setelah diperbaiki pihak bank akan melakukan pengecekan apakah rumah tersebut sudah layak untuk huni apa tidak.</p> <p>b. Perencanaan Perencanaan dilakukan atas dasar penemuan fakta-fakta yang ada di lapangan kemudian melakukan analisis dan merencanakan bagaimana sebaiknya menindaklanjuti permasalahan yang ada tersebut. Program dalam tahap perencanaan adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Menganalisis penyebab nasabah mengajukan

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	keluhan, menetapkan anggaran, dan komunikasi dengan pihak internal	<p>keluhan. Dari tahap pengenalan situasi, pihak <i>loan service</i> sudah menemukan fakta permasalahan yang kemudian dianalisis kembali penyebab fakta permasalahan itu muncul.</p> <p>2) Menetapkan anggaran Perusahaan dalam menetapkan anggaran untuk menangani keluhan nasabah adalah 3% dari laba pertahun yang diperoleh perusahaan.</p> <p>3) Komunikasi dengan pihak internal Petugas lapangan melaporkan kepada pimpinan <i>loan service</i> menangani keluhan untuk memperoleh keputusan atau kebijakan yang diambil sebagai solusi yang memuaskan. Misalnya, apabila terjadi keluhan kualitas bangunan, maka pihak bank akan melakukan perencanaan untuk menangani keluhan tersebut. Diantaranya melakukan cross chek untuk menemukan fakta selanjutnya menetapkan berapa dana yang dibutuhkan untuk memperbaiki bangunan tersebut dan yang terakhir mengkomunikasikan dengan pihak internal untuk mendapatkan keputusan</p>

Bidang	Implementasi	Evaluasi
		yang diambil sebagai solusi yang terbaik.
	c. Komunikasi, yaitu mengkomunikasikan hasil akhir penyelesaian keluhan kepada pihak eksternal yaitu nasabah.	<p>c. Komunikasi pihak <i>loan service</i> mengkomunikasikan keputusan yang telah disetujui dalam komunikasi internal terkait keluhan yang diajukan oleh nasabah. <i>Loan service</i> mengkomunikasikan hasil akhir yang penyelesaian keluhan nasabah. Pada tahap komunikasi ini, <i>loan service</i> mengembangkan teknik yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Dalam setiap penyampaian kata-kata dikemas secara jelas, lugas, mudah dimengerti dan sopan. 2) Memberikan penjelasan kepada nasabah dengan penuh kesabaran dan mengajukan pertanyaan apakah penjelasan yang diberikan dapat dimengerti oleh nasabah. <p>Misalnya nasabah yang keluhannya sudah ditangani oleh pihak bank kemudian <i>loan service</i> akan mengkomunikasikan hasil akhir penyelesaian keluhan kepada nasabah yang mengajukan keluhan tersebut.</p>
	d. Evaluasi, yaitu menilai hasil penanganan keluhan dengan melakukan pembukuan terhadap data-data yang terkait dengan nasabah yang mengajukan	d. Evaluasi Tahap evaluasi dilakukan setelah nasabah memperoleh penanganan atas keluhannya. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah nasabah

Bidang	Implementasi	Evaluasi
	Keluhan dan merespon umpan balik dari nasabah.	yang telah memperoleh penanganan atas keluhannya tersebut tidak muncul lagi sehingga permasalahan tersebut benar-benar telah tertangani dengan baik. <i>Loan service</i> kemudian melakukan pembukuan terhadap data-data yang berkaitan dengan nasabah yang mengajukan keluhan dan penyelesaiannya. Misalnya, pada akhir tahun pimpinan akan mengecek data-data yang berkaitan dengan nasabah yang mengajukan keluhan. Dengan demikian akan diketahui apakah nasabah yang telah memperoleh penangan atas keluhannya muncul lagi dengan permasalahan yang serupa apa tidak.
Tolok ukur penanganan keluhan nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember	Membandingkan penanganan keluhan nasabah didasarkan pada peraturan yang ada di kantor pusat BTN dengan batas waktu maksimum 21 hari kerja.	Perusahaan menetapkan batas waktu atau tolok ukur penanganan keluhan nasabah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya untuk mempertahankan <i>image</i> BTN. Tolok ukur yang digunakan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember untuk mengevaluasi penanganan keluhan nasabah yaitu dengan melihat kepuasan yang disampaikan dalam bentuk pujian dari nasabah baik secara langsung maupun melalui telepon. Jenis pujian yang diucapkan nasabah adalah ucapan terima kasih dan ucapan

Bidang	Implementasi	Evaluasi
		<p>kepuasan. Hal ini sebagai wujud kepuasan mereka atas kinerja perusahaan dalam menangani keluhan dan menyusutnya jumlah keluhan nasabah KPR. Jumlah keluhan nasabah KPR dari tahun 2008-2009 menurun sebesar 18%, jumlah keluhan nasabah KPR pada tahun 2008 sebesar 324 kemudian pada tahun 2009 turun sebesar 179. Akan tetapi, jumlah variasi keluhan tetap. Disamping itu, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tidak terdapat Standar Operasional Prosedur dalam menangani keluhan nasabah KPR. Hambatan yang dihadapi <i>loan service</i> dalam menangani keluhan adalah nasabah tidak komunikatif dan emosional sehingga sulit untuk menerima penjelasan yang diberikan. Untuk mengatasi hal tersebut, upaya yang dilakukan <i>loan service</i> adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> Menghadapi keluhan dengan penuh rasa hormat. Tidak terbawa emosi nasabah, pertahankan suasana tenang. Mendengarkan dengan penuh perhatian akan keluhan-keluhan yang diutarakan, berbincang-bincang dengan suasana keakraban. Tidak memotong dan memonopoli pembicaraan keluhan nasabah. Memberikan penghargaan atas keluhan yang disampaikan

Bidang	Implementasi	Evaluasi
		<p>dengan ucapan terima kasih dan berjanji akan memperbaiki kekurangan-kekurangan atas pelayanannya.</p> <p>Hasil yang diperoleh dari upaya yang dilakukan oleh <i>loan service</i> adalah nasabah merasa nyaman dan dapat mengeluarkan keluh kesahnya tanpa ada rasa takut sehingga nasabah merasa bahwa pihak bank benar-benar memperhatikan mereka.</p>

Public Relations pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember memiliki aktivitas yang dapat mendukung kegiatan komunikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Aktivitas *Public Relations* dapat memberikan suatu *feed back* kepada publiknya atas kontribusi yang mereka berikan kepada perusahaan. Adanya hubungan yang harmonis dengan publiknya, membuat perusahaan mendapatkan dukungan sehingga dapat membantu menyelesaikan masalah perusahaan dengan efektif dan efisien.

Masalah eksternal yang paling sering dihadapi perusahaan yaitu keluhan nasabah. Penanganan keluhan nasabah KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember merupakan tugas dan tanggung jawab dari *loan service*. Upaya yang dilakukan oleh *loan service* melalui beberapa tahap, yaitu: pengenalan situasi dan penemuan fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

Perusahaan menetapkan batas waktu atau tolok ukur penanganan keluhan nasabah. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya untuk mempertahankan *image* BTN. Contoh penanganan keluhan yang dialami bapak Djunaidi, ibu Yusleli, ibu Heni, ibu Yulsinda, bapak Mahrus, bapak Jupri, bapak Alex dan saudari Utari, proses penanganan yang dilakukan oleh *loan service* pada dasarnya sama, yaitu dengan menerima keluhan yang masuk, apabila masalah

telah diketahui, *loan service* meneruskannya ke bagian masing-masing dan menentukan kebijakan yang akan diambil serta mengkomunikasikan jawaban dari keluhan. Disamping itu, semua kegiatan penanganan keluhan tersebut diselesaikan tanpa melewati batas waktu yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat Bank Tabungan Negara yaitu 3 minggu atau 21 hari.



BAB 5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember tidak berdiri sendiri sebagai suatu divisi dalam struktur organisasi perusahaan tetapi diwakilkan kepada *loan service* dan *customer service*. *Loan service* khusus untuk nasabah KPR dan *customer service* untuk nasabah non KPR.
- b. Peranan *public relations* yang dilakukan oleh *loan service* dalam menangani keluhan nasabah KPR adalah sebagai *communicator fasilitator* dan *problem solving process fasilitator*.
- c. Aktivitas *public relations* pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam membina hubungan baik dan mendukung tujuan dari perusahaan, antara lain melalui kegiatan :
 - 1) Komunikasi internal, dengan memberikan informasi kepada seluruh karyawan dan melakukan *briefing*.
 - 2) *Sponsorship*, dengan menjadi sponsor untuk kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat.
 - 3) Sosial, dengan menangani program CSR (*customer social responsibility*).
 - 4) Penanganan keluhan nasabah KPR melalui *loan service*.
- d. Proses yang dilakukan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam menangani keluhan nasabah KPR melalui tahap pengenalan situasi, penemuan fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.
- e. Tolok ukur penanganan keluhan didasarkan pada peraturan yang ada di kantor pusat BTN dengan batas waktu maksimum 21 hari.

- f. Jumlah nasabah KPR pada saat diteliti meningkat dan jumlah keluhan semakin sedikit, tetapi dari segi variasi keluhan jumlahnya tetap. Artinya peranan *public relations* dalam menangani keluhan nasabah KPR perlu ditingkatkan agar variasi keluhan dari tahun ke tahun juga berkurang.

5.2 Saran

- a. Sebaiknya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember dalam kerjanya untuk menjamin peningkatan layanan keluhan nasabah KPR mempunyai standar operasional prosedur yang dimasukkan dalam buku pedoman jaminan mutu perusahaan.
- b. Untuk mengatasi keluhan nasabah tertinggi, maka PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember harus pandai-pandai mencari developer yang taat mematuhi atau memenuhi standar kualitas bangunan agar keluhan tersebut dapat diminimalisir.
- c. Untuk mengatasi keluhan tertinggi kedua, *loan service* dalam bersosialisasi dengan nasabah agar menggunakan bahasa yang sederhana dan disampaikan dengan menarik sehingga nasabah mudah mengerti. Selain itu, kinerja *loan service* harus lebih teliti agar tidak terjadi kesalahan pada waktu mengentry kode debitur.

DAFTAR BACAAN

BUKU

Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Adenan, Mohammad. 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Erlangga.

Anggrainy, Fitria. 2004. *Peran Public Relations dalam Menangani Keluhan Pelanggan Telepon Tetap Kabel pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Tbk) Kandatel Jember*. Universitas Jember: Skripsi.

Djanaid, Djanalis. 1993. *Public Relations: Teori dan Praktek*. Malang: Indoparel Group.

Faisal, S. 1990. *Penelitian Kualitatif dan Dasar Aplikasinya*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh.

Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Jakarta: MedPress.

Hasibuan, Malayu. 2005. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: ghalia Indonesia.

Jember, University Press. 2009. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Jember*. Jember: Jember University Press.

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Premada Media.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2006. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta :Erlangga.

Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT. Grasindo.

Pramitasari, Ratna Wulan Novi. 2009. *Peranan Public Relations Melalui Costumer Service dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Tbk) Cabang Jember*. Universitas Jember: Skripsi.

Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: (Kajian Program Implementasi)*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia.

Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi* . Jakarta: PT. Rineka Cipta.

INTERNET

Bahrul. 2009. *Keunggulan Bank Tabungan Negara*.
<http://bahrulullum.ngeblogs.com/2009/11/17/perbankan-btn>. (20 Desember 2009).

Khor, Noviani Juliana. 2005. *Fungsi dan Peranan Public Relations sebagai Alat Komunikasi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Divisi Regional I Sumatera*.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/11623/1/042103069.pdf>. (25 Januari 2010).

Mardiana, Sari. 2007. *Fungsi dan Peranan Public Relations Pada PT. Perkebunan Nusantara III Medan*.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/11486/1/022103074.pdf>. (25 Januari 2010).

Santoso, Candra Setya. 2009. *Bisnis Keuangan*.
<http://bisniskeuangan.okezone.com/read/2009/11/26>. (16 Desember 2009).