

# **UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI PT. BPR BKK DEMAK CABANG WEDUNG**

**Laporan Magang MB-KM**

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**



Disusun oleh :

Alfian Nur Wakhid

NIM. 30401800021

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN SDM  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

### UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI PT. BPR BKK DEMAK CABANG WEDUNG

Disusun oleh:

**Alfian Nur Wakhid**

**NIM. 30401800021**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia Laporan Magang MB-KM

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 29 Juli 2022

Dosen pembimbing Lapangan

Dosen Supervisor

**UNISSULA**

جامعة سلطان أبجوع الإسلامية

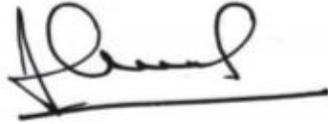
Drs. Noor Kholis, MM.

Darmuji, S.H.

NIDN. 0619105901

NIK. 03.700063

Dosen Penguji I



Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM.

NIK. 210487013

Dosen Penguji II



Dr. Ken Sudarti, S.E, M.Si.

NIK. 210491023



## LEMBAR PERNYATAAN LAPORAN MAGANG MB-KM

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfian Nur Wakhid

Nim : 30401800021

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan Laporan Magang MB-KM yang berjudul “Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT. BPR BKK DEMAK CABANG Wedung” adalah benar benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi maupun duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat didala laporan magang ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari laporan magang ini adalah hasil plagiasi dari karya tulisorang lain. Maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Semarang, 28 Juli 2022



Alfian Nur Wakhid

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Alfian Nur Wakhid
NIM	: 30401800021
Program Studi	: S1 manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi\* dengan judul:

### UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DI PT. BPR BKK DEMAK CABANG WEDUNG

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 31 Agustus 2022  
Yang membuat pernyataan,

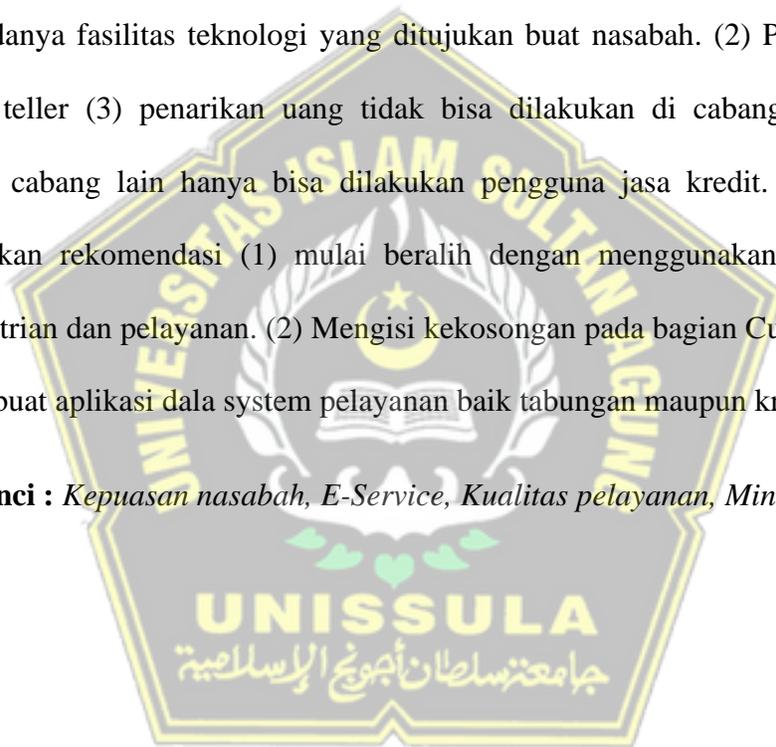


Alfian Nur Wakhid  
NIM. 30401800021

## ABSTRAK

Tujuan dari pembuatan laporan ini adalah untuk memenuhi solusi dari permasalahan yang ada pada kepuasan nasabah PT. BPR BKK Demak (PERSERODA) Cabang wedung dengan variabel *E-Service*, *Kualitas Pelayanan*, *Minat Produk* terhadap *kepuasan nasabah*. Laporan ini di bentuk dan disusun berdasarkan data kuesioner, dimana data tersebut yang menjadi sempel pada laporan ini adalah nasabah dari bank BKK cabang wedung. Hasil dari kuesioner menunjukkan permasalahan seperti (1) belum adanya fasilitas teknologi yang ditujukan buat nasabah. (2) Pelayanan hanya dilayani teller (3) penarikan uang tidak bisa dilakukan di cabang lain, aktivitas melalui cabang lain hanya bisa dilakukan pengguna jasa kredit. Dalam laporan memberikan rekomendasi (1) mulai beralih dengan menggunakan system digital dalam antrian dan pelayanan. (2) Mengisi kekosongan pada bagian Customer Service. (3) membuat aplikasi dala system pelayanan baik tabungan maupun kredit.

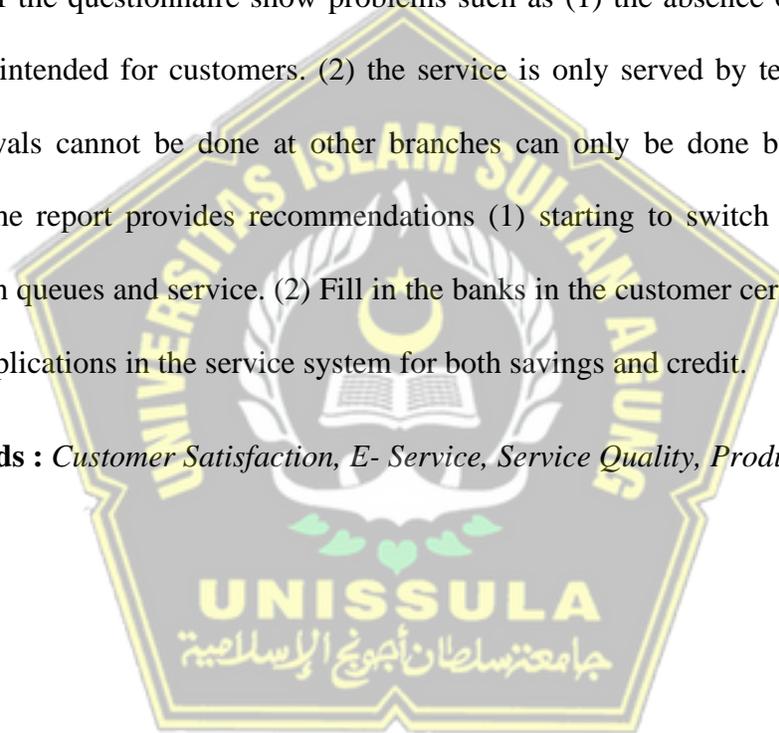
**Kata kunci :** *Kepuasan nasabah, E-Service, Kualitas pelayanan, Minat produk*



## ABSTRACT

The purpose of making this report is to meet the solutions to existing problems is customer satisfaction of PT. BPR BKK Demak (PERSERODA) Wedung branch with variables of E-service, Service Quality, Product Interest on Customer satisfaction. This report is formed and compiled based on questionnaire data, where the data that are sampled in this report are customers from the bank BKK wedung branch. The results of the questionnaire show problems such as (1) the absence of technological facilities intended for customers. (2) the service is only served by tellers (3) money withdrawals cannot be done at other branches can only be done by credit service users. The report provides recommendations (1) starting to switch to using digital system in queues and service. (2) Fill in the banks in the customer service section. (3) make applications in the service system for both savings and credit.

**Keywords :** *Customer Satisfaction, E- Service, Service Quality, Product interest*



## KATA PENGANTAR

Segala puji atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, nikmat, karunia, dan hidayahnya sehingga dalam penyusunan laporan, penulis bisa menyelesaikan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dilaksanakan 1 April 2021 – 15 Juli 2021 di PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Cabang Wedung. Merdeka Belajar Kampus Merdeka merupakan sebuah program baru yang disusun oleh kementerian Pendidikan dan budaya yang ditujukan oleh mahasiswa untuk melakukan kegiatan perkuliahan diluar kampus. Proses penulisan dan penyusunan laporan ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis berkat bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis diberi kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan laporan.
2. Bapak Sunoto, S. Kom selaku direktur utama PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Kabupaten demak yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung.
3. Bapak Darmuji, SH selaku pimpinan cabang PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung yang telam membimbing dan mengarahkan penulis selama kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).
4. Bapak Drs. H. Noor Kholis, MM yang telam membimbing penulis dalam penyusunan laporan.
5. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa SE, M.Si, Ph.D selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
6. Bapak Dr.Adrian Adhiatma,SE.,MM. selaku kepada Program studi Manajemen fakultas ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

7. Ibu Reny Hidayatul Maghfiroh, SE, selaku teller PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung.
8. Ibu Vera Ayu Marlina, SH, selaku administrasi dan pemroses kredit PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung.
9. Bapak Ardi Adriyanto, S. SOS, selaku Staff Account officer PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung.
10. Karyawan/karyawati PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang wedung.
11. Orang tua yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam bentuk material dan spiritual.
12. Saudara dan teman-teman yang memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis.

Laporan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam bentuk penulisan maupun penyusunan. Kritik serta saran penulis harapkan untuk menyempurnakan penulisan berikut. Penulis sangat berharap laporan ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Semarang, 28 Juli 2022



Alfian Nur Wakhid

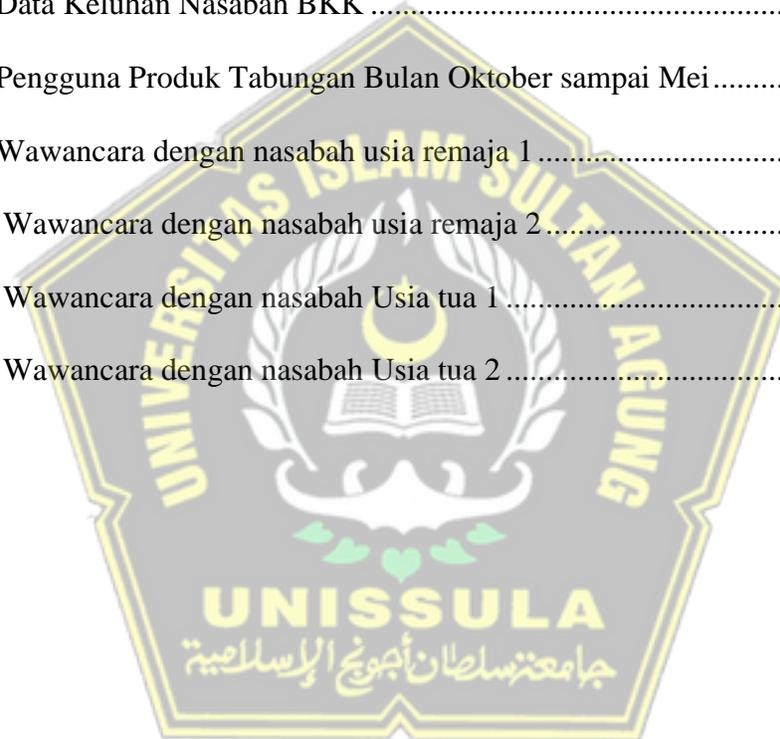
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
LAPORAN MAGANG MB-KM.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Tujuan.....	6
1.3. Sistematika pelaporan.....	6
BAB 2.....	8
PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG.....	8
2.1. PROFIL PERUSAHAAN.....	8
2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	8
2.1.2. Fungsi dan Tujuan Organisasi.....	9
2.1.3. Visi dan Misi Organisasi.....	11
2.1.4. Struktur Organisasi.....	11
2.1.5. Tugas dan Tanggung Jawab.....	12
2.1.6. Produk Simpanan PT. BPR BKK DEMAK CABANG Wedung.....	15
2.2. AKTIVITAS MAGANG.....	20
BAB 3.....	24
IDENTIFIKASI MASALAH.....	24
3.1. Unit fasilitas.....	24
3.2. Marketing.....	26
BAB 4.....	29

KAJIAN PUSTAKA.....	29
4.1.    Kualitas dan pelayanan.....	29
4.1.1.    Pengertian kualitas .....	29
4.1.2.    Pengertian fasilitas .....	32
4.2.    E-service .....	33
4.3.    Minat produk .....	36
4.4.    Kepuasan Nasabah .....	38
4.4.1.    Pengertian.....	38
4.4.2.    Factor factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen .....	40
4.4.3.    Pengukuran kepuasan.....	42
BAB V.....	44
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	44
5.1    Analisis Permasalahan.....	44
5.2    Metode Penelitian .....	47
5.3    Pembahasan .....	47
5.3.1.    Kualitas dan Pelayanan .....	47
5.3.2.    E-Service .....	56
5.3.3.    Minat Produk.....	62
5.3.4.    Kepuasan Nasabah .....	67
BAB VI.....	72
SIMPULAN dan REKOMENDASI .....	72
6.1    Kesimpulan.....	72
6.2    Rekomendasi.....	73
BAB VII.....	75
REFLEKSI DIRI.....	75
7.1    Dampak positif dari perkuliahan yang bermanfaat selama kegiatan magang berlangsung .....	75
7.2    Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa.....	75
7.3    Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang .....	76
7.4    Rencana Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa .....	76
7.5    Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 jumlah nasabah produk Simpel di BPR BKK wedung per desember.....	16
Tabel 2 jumlah nasabah produk Tamades di BPR BKK wedung per desember.....	16
Tabel 3 jumlah nasabah produk Tabungan Wajib di BPR BKK wedung per desember .....	17
Tabel 4 Data Keluhan Nasabah BKK .....	28
Tabel 5 Pengguna Produk Tabungan Bulan Oktober sampai Mei.....	66
Tabel 6 Wawancara dengan nasabah usia remaja 1 .....	88
Tabel 7 Wawancara dengan nasabah usia remaja 2 .....	89
Tabel 8 Wawancara dengan nasabah Usia tua 1 .....	90
Tabel 9 Wawancara dengan nasabah Usia tua 2 .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Permohonan Magang.....	80
Lampiran 2 Lembar Penilaian Laporan Magang MB-KM .....	82
Lampiran 3 Data sampel wawancara nasabah .....	88
Lampiran 4 Daftar Hadir peserta Magang MB-KM Bulan April .....	93
Lampiran 5 Daftar Hadir Peserta Magang KM-MB Bulan Mei .....	94
Lampiran 6 Daftar Hadir Peserta Magang KM-MB Bulan Juni .....	95
Lampiran 7 Daftar Hadir Peserta Magang KM-MB Bulan Juli.....	96
Lampiran 8 Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Bulan April.....	97
Lampiran 9 Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Bulan Mei.....	101
Lampiran 10 Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Bulan Juni .....	105
Lampiran 11 Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Bulan Juli .....	108
Lampiran 12 Surat Permohonan Magang .....	110
Lampiran 13 Surat persetujuan Magang .....	111



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Merdeka Belajar – Kampus Merdeka merupakan sebuah perkembangan program yang ditujukan untuk para mahasiswa agar tidak hanya menguasai materi saja melainkan meningkatkan skill yang nantinya untuk mempersiapkan memasuki dunia pekerjaan. Hal ini merupakan sebuah kebijakan yang dibentuk oleh kementerian Pendidikan dan kebudayaan (permendikbud). Sesuai dengan pasal 18 Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, ada 2 poin yang menjelaskan bahwa masa beban pembelajaran bagi mahasiswa program sarjana dapat di terapkan dalam kegiatan; 1) mengikuti seluruh proses pembelajaran dalam program studi pada perguruan tinggi sesuai dengan jurusan, dan 2) mengikuti program pembelajaran di dalam program studi atau mengikuti proses belajar di luar program studi.

UMKM (Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah) merupakan jantung perekonomian di setiap negara, termasuk negara Indonesia. Dalam membangun perekonomian negara, pemerintah selalu merencanakan sebuah strategi untuk mempertahankan pemasukan negara, salah satunya dalam bidang perekonomian untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan Makmur dengan dasar Undang-Undang Dasar Nrgara Republik Indonesia Tahun 1945. dengan tujuan memelihara kesinambungan tersebut, dengan 2 pelaku yang meliputi pemerintah dan masyarakat sebagai perorangan dan badan hukum sangat membutuhkan dana yang nominalnya cukup besar.

Pembangunan ekonomi di sebuah negara sangat bergantung pada berkembangnya dari sektor perbankan, apabila sektor perbankan terpuruk maka perekonomian negarapun juga akan ikut aka ikut terpuruk, begitu juga sebaliknya, apabila dari sektor perbankan stabil atau stagnasi, maka perekonomian negara juga dalam kondisi stabil dan berjalan dengan normal. Tidak hanya itu, perbankan juga memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara, salah satu peran perbankan terhadap ekonomi adalah dengan mengalirnya dana bagi para pelaku usaha Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) yaitu salah satunya dalam bentuk pengkreditan bagi masyarakat pelaku Usaha Mikri Kecil, dan Menengah (UMKM) baik perseorangan maupun badan usaha.dari sini kredit mempunyai kedudukan yang sangat vital yakni sangat penting bagi para pelaku ekonomi, khususnya para pelaku UMKM dimana perbankan adalah salah satu sumber uang yang diperlukan untuk membiayai kegiatan yang sedang dijalankan dan bisa dikatakan salah satu kunci kehidupan bagi setiap manusia. Sesuai dengan pasal 1 ayat (2) dalam undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang peran perbankann yang berbunyi cara bank menyalurkan dana adalah dengan cara memberikan pelayanan kredit bagi masyarakat dan para pelaku usaha.

Pada dasarnya BPR hadir di kalangan masyarakat untuk melayani kebutuhan masyarakat dengan prosedur kredit yang sifatnya sederhana. Tidak hanya dalam urusan kredit, BPR juga melayani dalam fasilitas menabung bagi masyarakat yang bersifat dekat, aman dan mudah untuk masyarakat. Namun ada beberapa hal yang

harus dikembangkan oleh BPR untuk bisa bersaing di kalangan bisnis. Misalnya mengembangkan dalam idang fasilitas dan pelayanan.

Faktor utama yang menjadikan tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk dari perbankan dengan melihat kelengkapan fasilitas, baik fasilitas umum yang ada di kantor perbankan itu sendiri maupun fasilitas pendukung untuk memudahkan nasabah dalam menggunakan produk dari perbankan tersebut. Selain itu ada faktor lain yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah yaitu keunggulan dari produk yang dimiliki oleh perbankan itu sendiri. Nasabah sangat berpengaruh dengan tingkat keunggulan dari produk yang dimiliki oleh perbankan itu sendiri, bahkan sering membanding-bandingkan apakah produk yang dari perbankan yang akan digunakan sesuai dengan ekspektasi dan bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah itu sendiri.

Pelayanan adalah bagian penting bagi perusahaan, selain untuk melayani nasabah, pelayanan adalah sumber inti dari keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan, karena adalah aktivitas atau interaksi yang dilakukan secara langsung oleh kedua belah pihak yakni antara karyawan dengan nasabah ataupun debitur. Hal ini bukan semata mata hal yang bisa diremehkan, karena penilaian nasabah tertuju pada pelayanan yang dinerikan oleh karyawan Ketika berinteraksi langsung dengan nasabah. Perlu kita ketahui bahwa setiap nasabah pasti punya ekspektasi sebelum melakukan transaksi, maka dari itu ekspektasi itu harus bisa dipenuhi oleh karyawan untuk mencapai tingkat kepuasan yang dirasa oleh nasabah, sehingga nasabah menilai

bahwa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan sesuai dengan ekspektasi dan mencapai tingkat kepuasan tersendiri bagi nasabah.

Kelengkapan job deks juga mempengaruhi kualitas pelayanan, bahwa setiap perusahaan bank wajib ada yang namanya bagian teller dan customer service, kedua bagian tersebut bersifat crucial karena berkaitan langsung dengan pekuasan nasabah. PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) Cabang Wedung adalah perbankan yang mempunyai produk baik simpanan maupun kredit. Bisa diartikan bahwa perhatian khusus terhadap jobs deks tersebut karena pelayanan yang dilakukan ada dua macam yakni pelayanan untuk produk simpanan dan juga pelayanan untuk produk kredit, PT BPR BKK DEMAK (Perseroda) Cabang Wedung hanya ada teller untuk pelayanan nasabah, belum ada yang mengisi bagian customer service. Dengan kosongnya bagian tersebut maka akan berimbas kepada pelayanan nasabah yang mengakibatkan antrian cukup lama dan bisa mengakibatkan belum terpenuhinya tingkat kepuasan nasabah.

Kelengkapan fasilitas juga mempengaruhi kepuasan nasabah, juga menjadi penentu keberhasilan mitra. Pada dasarnya nasabah akan mempertimbangkan fasilitas yang disediakan oleh mitra terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan produk dari mitra tersebut. Jika fasilitas yang dimiliki oleh mitra belum bisa bersaing dengan badan perbankan lainnya. Karena pada dasarnya fasilitas sangat mempengaruhi minat nasabah untuk mengambil keputusan.

Fasilitas yang ada di mitra juga sangat mempengaruhi nasabah Ketika bertransaksi langsung di kantor mitra, seperti permasalahan yang sedang terjadi di PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung bahwa masih belum lengkapnya fasilitas kantor seperti pengeras suara dan nomor antrian, sehingga mengakibatkan ketika sedang terjadi keramaian atau banyak antrian, maka antrian menjadi tidak kondusif dan banyak keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Hal itu dipicu oleh tidak beberapa peraturan yang berkaitan antara nasabah dan perbankan itu sendiri, yakni bahwa nasabah tidak bisa mengambil ataupun menabung melalui kantor cabang lain, namun harus sesuai kantor cabang waktu pembuatan rekening.

Tidak lain juga dalam mesin ataupun kartu ATM, yang dirasa sangat penting bagi nasabah untuk melakukan pengambilan uang, karena tidak adanya mesin serta kartu ATM, maka nasabah banyak yang merasa keluhan terhadap kurangnya kelengkapan dalam mesin elektronik. Karena sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh OJK bahwa Badan Pengkreditan Rakyat (BPR) tidak diperbolehkan menggunakan fasilitas mesin ATM maupun kartu ATM, namun demikian sebenarnya perusahaan bisa memberikan pelayanan dengan menggunakan teknologi digital berbasis aplikasi dengan memanfaatkan Handphone sebagai pengganti ATM.

Berdasarkan *Latar Belakang* yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik dan mengambil judul “*Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung*”.

## 1.2. Tujuan

Tujuan dalam pelaksanaan magang ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi permasalahan apa saja yang ditemui pada saat magang di PT. BPR BKK Demak (perseroda) cabang wedung.
2. Memberikan masukan ataupun solusi atas permasalahan yang ada di PT. BPR BKK Demak (perseroda) cabang wedung.

## 1.3. Sistematika pelaporan

Dalam penyusunan laporan ini terdapat 2 tahap penyusunan yang harus diselesaikan oleh mahasiswa yaitu pra laporan magang dan laporan akhir magang. Dalam penyusunan laporan pra laporan magang ini terdiri dari Bab I s/d Bab 4 yang bisa disusun pada semester ini, dan untuk laporan akhir magang bisa disusun pada semester depan. Sistematika penulisan Magang ini terdiri dari :

### **BAB 1 Pendahuluan**

Menjelaskan secara umum mengenai tempat dan kegiatan magang, menyebutkan permasalahan, serta tujuan dari magang, dan juga menjelaskan sistematika yang ditulis dalam laporan.

### **BAB 2 Profil ORGANISASI DAN Aktivitas Magang**

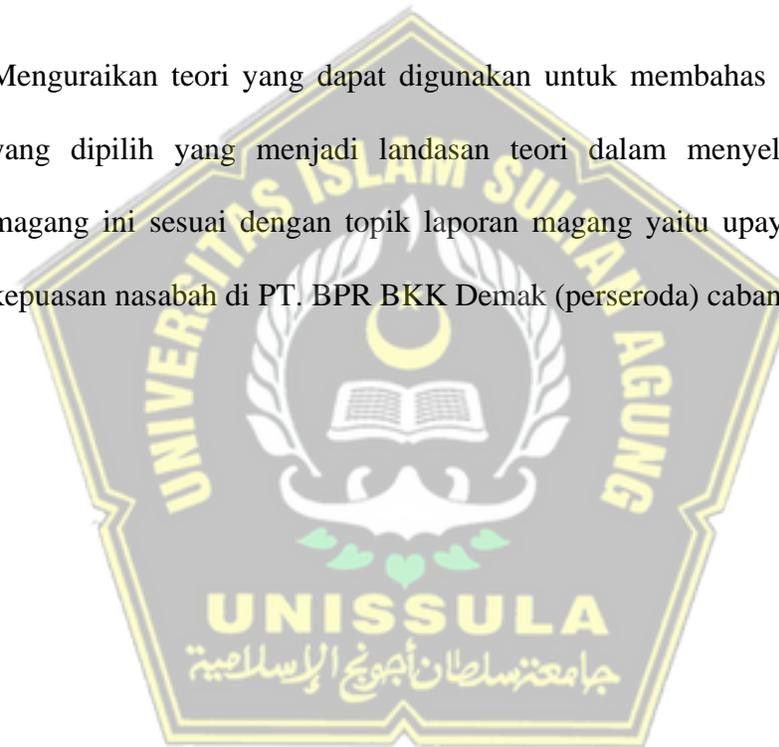
Menjelaskan gambaran profil organisasi tempat magang (apabila diijinkan) dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama proses magang.

### **BAB 3 Identifikasi Masalah**

Pada bab ini Mengidentifikasi masalah yang muncul di PT. BPR BKK Demak (perseroda) cabang wedung serta menjelaskan mengapa analisis terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR BKK Demak (perseroda) cabang wedung.

### **BAB 4 Kajian Pustaka**

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah penting yang dipilih yang menjadi landasan teori dalam menyelesaikan laporan magang ini sesuai dengan topik laporan magang yaitu upaya meningkatkan kepuasan nasabah di PT. BPR BKK Demak (perseroda) cabang wedung.



## BAB 2

### PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

#### 2.1. PROFIL PERUSAHAAN

##### 2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Perseroan Terbatas Bank Pengkreditan Rakyat Badan Kredit Kecamatan Demak atau bisa disingkat PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) kabupaten Demak merupakan badan usaha milik Pemerintahan Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintahan Kabupaten Demak dalam bidang perbankan dengan kantor pusat yang beralamatkan di jalan raya Demak-Kudus RT 05 RW 09 kelurahan Bintoro, Kabupaten Demak, provinsi Jawa tengah.

PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) kabupaten Demak sejalan dengan perkembangan perekonomian jawa tengah ternyata mengalami perkembangan operasional yang bisa dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) kabupaten Demak melakukan merger pada tanggal 24 November 2005 sesuai dengan keputusan Debuti Gubernur senior bank Indonesia Nomor : 7/16/KEP.Dpg/2005 dan keputusan Gubernur jawa tengah Nomor : 503/74/2005 tentang pemberian izin penggabungan usaha (marger) sehingga kantor cabang dan 1 kantor pusat yaitu : PD BPR BKK demak KPO, cabang Karangtengah, cabang Karangawen, cabang Wedung, cabang Wonosalam, cabang Mijen, Cabang Mranggen, cabang saying, dan kantor pusat di Demak.

Maksud dan tujuan PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) kabupaten Demak untuk membantu serta mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di berbagai macam bidang serta dalam rangka meningkatkan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) kabupaten Demak berfungsi sebagai salah satu Lembaga intermediasi di bidang keuangan dengan tugas menjalankan usaha sebagai Lembaga kredit mikri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### **2.1.2. Fungsi dan Tujuan Organisasi**

PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Kabupaten Demak dibentuk dengan maksud dan tujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

#### **a. Fungsi**

PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Kabupaten Demak berfungsi sebagai salah satu Lembaga Intermediasi dibidang keuangan dengan tugas menjalankan usaha sebagai Lembaga Kredit Mikro sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Tugas PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Kabupaten Demak.

1. Merupakan ekonomi kerakyatan.

2. Membantu menyediakan modal usaha mikro, kecil, dan menengah.
3. Memberikan pelayanan modal dengan cara mudah, murah, dan mengarah dalam mengembangkan kesempatan berusaha.
4. Menjadi salah satu sumber pendapatan daerah.

b. Tujuan

Tujuan tata Kelola perusahaan untuk menciptakan struktur yang bisa membantu bank dalam :

1. Menetapkan tujuan bank.
2. Menjalankan operasi bank sehari-hari.
3. Memperhatikan kepentingan stakeholder.
4. Memastikan bank beroperasi secara aman dan sehat.
5. Mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku.

Usaha PT. BPR BKK DEMAK (Perseroda) Kabupaten Demak

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, tabungan, dan atau lainnya untuk dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit dan melakukan pembinaan terhadap nasabah.
3. Menempatkan dananya dalam bentuk Deposito berjangka, Sertifikat Deposito, Giro atau jenis lainnya pada bank lain.

4. Menjalankan usaha-usaha lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 2.1.3. Visi dan Misi Organisasi

#### a. Visi

“Menjadi BPR yang memiliki reputasi kualitas pelayanan baik, sehat, aman, dipercaya dan cepat dalam melayani seluruh lapisan masyarakat.”

#### b. Misi

1. Memberikan layanan prima berbasis teknologi informasi kepada mitra bisnis dan masyarakat.
2. Membangun kerja sama dengan semua instansi dan masyarakat dengan pola kemitraan sejajar.
3. Membangun citra sebagai BPR yang berkembang dengan sehat, ramah, dan dipercaya sebagai mitra bisnis.

### 2.1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung.

#### a. Pimpinan Cabang Wedung

Darmuji, SH

#### b. Kasie Pemasaran

Jaenuri, SE

#### c. Kasie Pelayanan

Dwi Ariyanto, SH

d. Teller

Reny Hidayatul Magfiroh, SE

e. Administrasi & Pemroses Kkredit

Vera Ayu Marlina, SH.

f. Account Officer

- Zahara Putri Rizqiya, S. AK.

- Ardi Adriyanto, S. SOS

- Abi Yala Maududi, S. TP.

- Tadkiratul Ubudiyah, SH

- Titik Anisah, Spd.

- Mega Syafina, SE

### **2.1.5. Tugas dan Tanggung Jawab**

1. Bagian kepala seksi pelayanan

- Memelihara persediaan kas pada tingkat efisien sehingga likuiditas tidak terganggu dalam rangka meningkatkan rentabilitas.
- Mengawasi jumlah dana tunai yang dikuasai teller agar tetap dalam batas yang diizinkan oleh ketentuan yang berlaku.
- Mengawasi pelaksanaan standar pelayanan nasabah.

- Menyusun program kerja seksi pelayanan nasabah sehubungan dengan target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- Mengadministrasi pembukuan dan penutupan rekening.
- Mengkoordinasikan antar bagian pelayanan.
- Bertanggung jawab membawahi 2 bagian pelayanan yaitu teller dan penjagaan.

## 2. Bagian pemasaran

Bagian pemasaran merupakan proses penyeragaman sumber perusahaan terhadap kebutuhan pasar. Bagian pemasaran memberikan perhatian dan hubungan timbal balik yang sangat dinamis terhadap produk dan jasa bagi suatu perusahaan tersebut serta mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tugas dan tanggung jawab bagian pemasaran

- Merumuskan dan Menyusun strategi pemasaran
- Sosialisasi fasilitas kredit dan aktivitas pemasaran untuk instansi atau Lembaga.
- Mengelola perencanaan dan pelaksanaan aktivitas pemasaran serta promosi produk dan kredit.
- Menyusun saran permasalahan pasar dan pelaporannya.
- Membantu penulisan buku naskah surat keluar
- Menyusun saran

### 3. Bagian teller

- Mengambil dan menyetor modal, menerima dan membayar transaksi yang bersifat tunai.
- Mencetak saldo kas dan membuat rincian uang yang ada setiap hari kerja dilaporkan kepada pimpinan cabang kantor cabang.
- Mencetak aktivitas teller dan mencocokkannya dengan daftar transaksi harian.
- Jika terjadi kekurangan / kelebihan dana dikas maka segera dilakukan mengambil atau menyetor uang PT. BPR BKK Demak (perseroda) kantor pusat.

### 4. Bagian pemroses dan administrasi

- Membuat surat pernyataan kredit. Surat pernyataan ditujukan untuk nasabah yang tidak bisa membayar angsuran kredit setiap bulannya.
- Mengurutkan berkas-berkas persyaratan kredit sesuai dengan urutan kemudian dijadikan dalam satu map.
- Melakukan kegiatan administrative seperti surat menyurat, input data, rekap data dan dokumentasi.

### 5. Bagian account officer

- Mengenalkan produk kepada nasabah atau konsumen. produk yang ditawarkan berupa jasa pinjaman atau kredit, tabungan, deposito dan sebagainya.

- Menganalisis prosedur pelaksanaan pemberian kredit terhadap calon debitur.
- Menyusun saran-saran untuk masalah kredit dan pelaporan-pelaporan.
- Mengelola hubungan dengan nasabah, baik kunjungan maupun pasif.
- Memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai produknya.
- Melakukan penagihan debitur kredit yang terdapat tunggakan angsuran pinjaman kredit.

#### **2.1.6. Produk Simpanan PT. BPR BKK DEMAK CABANG Wedung**

##### **A. SIMPANAN/TABUNGAN**

##### **1) Simpanan Pelajar (Simpel)**

SimPel (Simpanan pelajar) merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudan dan sederhana dilengkapi dengan fitur yang menarik guna mendorong budaya menabung sejak dini. Serta tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) memiliki ketentuan seperti bebas biaya administrasi bulanan, setoran awal buka rekening Rp. 5.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000, biaya penutupan rekening Rp. 2.500, dan bebas biaya ganti buku.

**Tabel 1 jumlah nasabah produk Simpel di BPR BKK wedung per desember**

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	87
2019	80
2020	27
2021	32

Sumber : Kantor PT. BPR BKK (perseroda) Demak Cabang Wedung.

## 2) TAMADES

TAMADES adalah Tabungan yang diperuntukan bagi penabung perorangan, Badan, maupun Yayasan. Tabungan TAMADES dapat diambil sewaktu-waktu yang bertujuan tumbuhnya budaya menabung di masyarakat sehingga kesejahteraan hidupnya dapat meningkat. Berikut ketentuan Tabungan TAMADES seperti setoran awal pembukaan rekening Rp. 25.000, saldo paling sedikit direkening untuk memperoleh bunga adalah Rp.20.000, terdapat biaya administrasi bulanan sebesar Rp. 2.000, biaya penutupan rekening sebesar Rp. 2.500, dan setiap penabung tabungan TAMADES berhak mengikuti undian dengan ketentuan saldo minimal Rp. 20.000.

**Tabel 2 jumlah nasabah produk Tamades di BPR BKK wedung per desember**

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	1890
2019	1986
2020	2059
2021	2335

Sumber : Kantor PT. BPR BKK (perseroda) Demak Cabang Wedung.

### 3) **TABUNGANKU**

Tabunganku adalah Tabungan yang diperuntukan bagi penabung perorangan, bebas biaya administrasi bulanan yang bertujuan agar masyarakat dapat menempatkan dana yang dimiliki yang pada akhirnya bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.

***Tabel 3 jumlah nasabah produk Tabungan Wajib di BPR BKK wedung per desember***

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	92
2019	85
2020	82
2021	50

*Sumber : Kantor PT. BPR BKK (perseroda) Demak Cabang Wedung.*

### 4) **DEPOSITO BERJANGKA**

Deposito adalah produk simpanan uang dari masyarakat kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sesuai dengan yang telah disetujui antara nasabah dengan bank yang bersangkutan. Serta simpanan berjangka dengan bunga yang sangat menarik dan memiliki keuntungan lainnya.

Jangka waktu deposito berjangka dan bunga yang berlaku di PT. BPR BKK DEMAK adalah sebagai berikut :

- a. 1 Bulan = Bunga 4%

- b. 3 Bulan = Bunga 5%
- c. 6 Bulan = Bunga 6%
- d. 12 Bulan = Bunga 6.5%

Serta bebas memperpanjang deposito secara otomatis (Automatic Roll Over), bunga deposito dapat diinvestasikan kembali ke pokok deposito atau ditransfer ke rekening Tabungan BPR BKK DEMAK maupun rekening Anda di Bank lainnya.

## **B. KREDIT**

### **I. KREDIT MIKRO BPR**

Kredit Mikro BPR adalah program kredit dengan bunga yang sangat murah yang khusus diperuntukan untuk menjawab kebutuhan bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Jawa Tengah yang berpenghasilan bulanan sehubungan dengan kebutuhan modal usaha dan konsumsi lainnya dengan tujuan agar debitur dapat berkembang menuju kesejahteraan hidup keluarga, yang mana kredit mikri BPR memiliki bunga 7,5%/pa untuk jangka waktu 1 sampai dengan 24 bulan perhitungan flat maksimal plafond Rp. 5.000.000 dan 9% untuk jangka waktu 1 sampai dengan 24 bulan perhitungan flat maksimal plafond Rp.50.000.000.

## II. KREDIT MODAL KERJA

Kredit Modal Kerja adalah kredit yang diperuntukan untuk menjawab kebutuhan bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang berpenghasilan bulanan sehubungan dengan kebutuhan modal usaha dan konsumsi lainnya dengan tujuan agar debitur dapat berkembang menuju kesejahteraan hidup keluarga, yang mana memiliki suku bunga 12%/pa untuk jangka waktu 1 bulan sampai dengan 12 bulan perhitungan flat dan 18% untuk jangka waktu diatas 12 bulan sampai dengan 48 bulan perhitungan flat. Pengajuan kredit dapat meminjam mulai dari Rp. 5.000.000 sampai dengan BMPK (Batas Maksimum Pemberian Kredit).

## III. KREDIT MUSIMAN

Kredit Musiman (Sekaligus) adalah produk yang diperuntukan bagi pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu dan sudah diprediksi dari awal usaha mulai dilaksanakan sampai dengan diperoleh hasil/keuntungan yang dicapai dalam jangka pendek (dibawah 1 tahun) seperti Petani, Petani Tambak, dsb guna meningkatkan usaha debitur serta secara umum bertujuan menaikkan taraf hidup masyarakat, yang mana memiliki suku bunga 24% untuk jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan perhitungan bunga flat, pokok dibayarkan pada saat jatuh

tempo, serta plafond pengajuan kredit dapat diajukan mulai dari Rp. 5.000.000 sampai dengan BMPK (Batas Maksimum Pemberian Kredit).

## 2.2. AKTIVITAS MAGANG

Pelaksanaan kegiatan magang program merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) yang diselenggarakan selama jangka waktu 3 bulan, dimulai dari tanggal 1 April 2021 sampai 15 Juli 2021. Program merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) dilaksanakan dengan tujuan untuk membentuk karakter mahasiswa untuk mempersiapkan generasi-generasi muda untuk menghadapi dunia pekerjaan setelah menyelesaikan program sarjana S1. Selain menambah wawasan bagi para mahasiswa yang ikut program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa juga mendapatkan pembelajaran langsung (*Experiential Learning*) untuk mendapatkan *Hard skill* di tempat magang masing-masing.

Pelaksanaan magang di PT. BPR BKK DEMAK (perseroda) Cab. Wedung pelaksanaan kegiatan magang berlangsung selama jangka waktu 3 Bulan 15 Hari, dimulai sejak tanggal 1 April 2021 dan berakhir pada tanggal 15 Juli 2021. Selama proses magang Mahasiswa dituntut secara profesional melaksanakan dan mengikuti aktivitas dan peraturan yang ada di tempat magang. Kegiatan magang mahasiswa berlangsung selama 6 hari kerja dengan waktu berangkat pukul 07:30 dan waktu pulang pukul 15:30.

Khusus hari Sabtu kegiatan magang dilaksanakan setengah hari kerja, dengan jam waktu pulang pukul 12:00.

Untuk pelaksanaan magang selama bulan puasa, waktu aktivitas di kantor dikurangi yang awalnya pulang pada pukul 15:30 dipotong 30 menit menjadi pulang pukul 15:00. Adapun kegiatan magang selama pandemic dan penerapan PPKM darurat berlangsung, kantor menerapkan system shift kerja dengan jumlah karyawan yang masuk setiap harinya hanya 50%, dan untuk mahasiswa bisa menjadi tenaga SDM tambahan selama pengurangan aktivitas yang ada di kantor. Mahasiswa tidak diikutkan dalam system shift tersebut melainkan menjadi tenaga tambahan dan membantu karyawan lainnya dalam aktivitas magang di kantor. Aktivitas magang mahasiswa diarahkan dan diawasi langsung oleh dosen supervisor yang menjadi tanggung jawab selama kegiatan di kantor, Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan mahasiswa selama di tempat magang berlangsung sebagai berikut;

#### 1. Account Officer (Pemasaran)

Adapun aktivitas mahasiswa selama membantu di bagian Account Officer diantaranya:

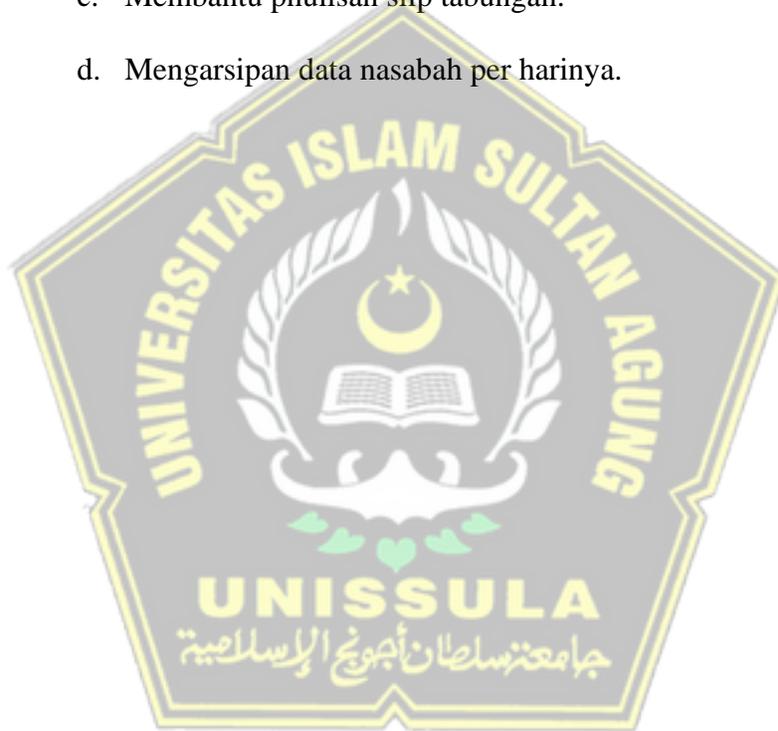
- a. Mempromosikan produk-produk yang dimiliki oleh mitra di kalangan masyarakat

- b. Penanganan nasabah pengajuan pinjaman yang datang langsung ke kantor dan menjelaskan system pinjaman yang ada di kantor serta menjelaskan juga apa saja system pinjaman yang ada di mitra
  - c. Melakukan survey tempat tinggal dan usaha nasabah yang melakukan pengajuan pinjaman
  - d. Pengecekan persyaratan berkas yang harus dikumpulkan dalam pelaksanaan pengajuan pinjaman baru
  - e. Penagihan nasabah yang telat melakukan angsuran atau adanya penunggakan angsuran
2. Administrasi dan Proses kredit
- Adapun tugas mahasiswa selama ditempatkan untuk membantu administrasi dan proses kredit diantaranya;
- a. Penulisan slip pencairan nasabah baik lama maupun baru.
  - b. Menghitung administrasi asuransi.
  - c. Pemilahan berkas kredit sesuai notaris.
  - d. Penginputan asuransi nasabah bulanan.
  - e. Pencatatan nama nasabah sesuai notaris di buku pelaporan.
  - f. Pelaporan asuransi bulanan kepada pengawaan, untuk verifikasi pinjaman.
  - g. Pencetakan sertifikat asuransi bulanan.
  - h. Penginputan pembuatan tabungan baru kedalam aplikasi perusahaan.

### 3. Bagian Customer service

Adapun tugas mahasiswa selama ditempatkan untuk membantu bagian Customer Service diantaranya;

- a. Membantu penulisan slip angsuran.
- b. Membantu penulisan penarikan tabungan.
- c. Membantu penulisan slip tabungan.
- d. Mengarsipkan data nasabah per harinya.



## **BAB 3**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang, bahwa ada beberapa hal yang dikeluhkan nasabah pada saat berinteraksi di kantor bank PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung yang dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya;

#### **3.1. Unit fasilitas**

Pada unit fasilitas dan pelayanan ada beberapa permasalahan yang mengarah pada kepuasan nasabah diantaranya adalah;

##### **1. Kurang lengkapnya fasilitas**

Menurut peneliti terdahulu (*Muhtadi et al., 2020*) mendefinisikan bahwa fasilitas adalah suatu hal yang memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Dari identifikasi permasalahan yang pertama bisa dijelaskan bahwa fasilitas sangat berpengaruh terhadap nasabah yang menggunakan produk perbankan tersebut. Hal ini bisa dibuktikan bahwa hampir Sebagian besar nasabah sangat menginginkan fasilitas yang dirasa nyaman Ketika kita menggunakan produk dari perbankan yang dipakai. Menurut *Tjiptono (2004:19)* fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, maupun nasabah, sedangkan menurut (*Kotler, 2018: 37*), berpendapat bahwa salah satu upaya yang harus diperhatikan oleh manajemen di perusahaan terkait dengan kepuasan nasabah, yaitu dengan cara menarik

dan memperhatikan nasabah tersebut dengan memberikan fasilitas yang terbaik.

Permasalahan yang ada pada PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung yakni masih belum lengkapnya fasilitas untuk nasabah seperti alat penarikan tunai yang bisa dilakukan tanpa harus ke kantor BKK terlebih dahulu, tidak bisa melakukan penarikan maupun menabung di kantor cabang lain, kegiatan tersebut harus dilakukan sesuai di kantor cabang waktu pertama kali membuat rekening baru. Sehingga beberapa nasabah mengeluhkan apabila terjadi antrian yang cukup ramai dan kondisi antrian tidak terkendali.

## **2. Pelayanan Digital**

Selain itu dalam aspek digitalisasi juga sangat penting bagi perbankan demi memfasilitasi keinginan nasabah, karena sesuai dengan peraturan yang telah di buat oleh Lembaga independen Otoritas jasa keuangan (OJK) bahwa Badan Pengkreditan Rakyat tidak boleh menggunakan mesin ATM ataupun kartu ATM (2017, 2017). Maka dengan hal ini perlu diperhatikan bahwa perbankan harus memanfaatkan teknologi yang ada di handphone untuk memenuhi keinginan nasabah. PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung baru memanfaatkan telepon seluler, dan belum memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang sudah disediakan di Handphone seperti aplikasi yang berkaitan dengan perbankan

Selain dalam hal telepon seluler, bank harus sudah mulai memanfaatkan pelayanan elektronik lainnya.

## **3.2. Marketing**

### **1. E-Service**

(Untuk et al., 2020) Elektronik banking, atau pelayanan elektronik merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya, Perlu kita ketahui bahwa setiap perbankan pasti melakukan aktifitasnya untuk melayani nasabah dengan menggunakan teknologi digital untuk memudahkan nasabah dalam melakukan interaksi maupun penggunaan dari produk perbankan itu sendiri. Selain itu setiap perbankan juga menggunakan teknologi digital untuk melakukan marketing/promosi untuk mengenalkan produk apa saja yang dimiliki oleh perbankan tersebut kepada masyarakat. Sehingga masyarakat bisa tau apa saja produk yang dimiliki oleh perbankan dan apa saja keunggulan dari produk tersebut. Hal ini terjadi di PT. BPR BKK Demak (perseroda) Cabang Wedung, belum adanya teknologi elektronik untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan produk tabungan.

Disisi lain dalam system pemasarannya sudah bisa dikatakan luas, namun masih belum menggunakan teknologi elektronik, maka jika dilihat dalam jangka Panjang kedepannya akan sulit untuk bisa bersaing dengan perbankan lainnya dalam hal meningkatkan minat nasabah untuk

menggunakan produk yang dimiliki oleh mitra karena belum memanfaatkan kecanggihannya teknologi digital.

Digitalisasi adalah Langkah ataupun proses untuk memperbaiki strategi bisnis dengan menggunakan teknologi dan data digital. Istilah ini mengacu kepada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan, dan memanfaatkan kecanggihannya digital. Dalam penerapannya, data digital digunakan sebagai pendukung utama untuk seluruh proses tersebut. Jika sudah memasuki tahap digitalisasi, perusahaan bisa mengubah strategi bisnisnya menjadi lebih efisien, produktif, dan menguntungkan.

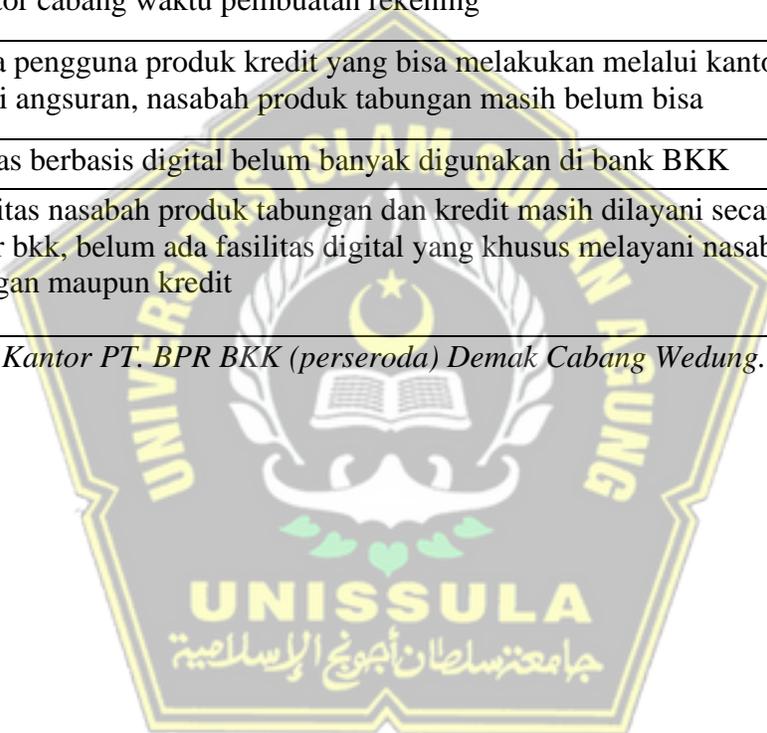
Menurut (Skinner, 2014,57) Digital Banking merupakan layanan kegiatan perbankan menggunakan sarana elektronik atau digital yang dimiliki oleh bank, dimana nasabah bank bisa melakukan aktivitas perbankan secara mandiri.

Melalui kecanggihannya digitalisasi tersebut, maka perlu untuk setiap perbankan harus menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital yang dirasa sangat menguntungkan bagi nasabah dalam menggunakan produk dari perbankan itu sendiri, disini yang dianjurkan bagi PT BPR BKK DEMAK (perseroda) Cabang Wedung adalah bisa memanfaatkan handphone sebagai pemberian layanan berbasis digital sebagai pengganti tidak adanya kartu maupun mesin ATM.

**Tabel 4 Data Keluhan Nasabah BKK**

Permasalahan yang dikeluhkan nasabah yang menggunakan produk tabungan dari BKK	
1	Tidak adanya mesin ATM untuk penarikan tunai
2	Tidak bisa melakukan transfer ke rekening bank lain
3	Tidak bisa menabung melalui kantor cabang lain, dan harus melalui kantor cabang waktu pembuatan rekening
4	penarikan tunai juga tidak bisa dilakukan di kantor cabang lain, harus dilakukan di kantor cabang waktu pembuatan rekening
5	Hanya pengguna produk kredit yang bisa melakukan melalui kantor cabang lain seperti angsuran, nasabah produk tabungan masih belum bisa
6	fasilitas berbasis digital belum banyak digunakan di bank BKK
7	Aktivitas nasabah produk tabungan dan kredit masih dilayani secara manual di kantor bkk, belum ada fasilitas digital yang khusus melayani nasabah produk tabungan maupun kredit

*Sumber : Kantor PT. BPR BKK (perseroda) Demak Cabang Wedung.*



## BAB 4

### KAJIAN PUSTAKA

#### 4.1. Kualitas dan pelayanan

##### 4.1.1. Pengertian kualitas

(Frank van Steenberg & Tuinhof, 2009) Pengertian menurut beberapa ahli dalam bidang pemasaran mengemukakan pendapatnya:

- a. Menurut AS moenir, mengungkapkan bahwa layanan sebagai proses yang bisa memenuhi kebutuhan dari konsumen melalui aktifitas orang lain yang bisa dirasakan.
- b. Menurut Philip Kotler berpendapat bahwa layanan bisa diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat kepada salah satu ataupun beberapa pihak lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah semua kegiatan dan Tindakan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak terwujud dan mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dikaitkan pada suatu fasilitas maupun pelayanan.

Menurut Tjipto (2006:59) kualitas pelayanan terdiri dari tingkat yang diharapkan dan bisa mengendalikan keunggulan

tersebut untuk bisa memenuhi apa yang diinginkan nasabah, dan sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Kualitas pelayanan bisa berupa layanan yang diberikan kepada nasabah dan bisa juga berupa fasilitas yang bisa melayani nasabah sehingga mencapai kepuasan nasabah dalam menggunakan produk yang ada di perbankan itu sendiri.

Adapun factor factor yang mempengaruhi konsep pelayanan dibagi menjadi 5 menurut *Lupiyadi (2001:57)*

#### I. Tampilan fisik (*Tangibles*)

Tampilan fisik merupakan kemampuan yang secara langsung bisa dilihat oleh nasabah yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjukkan ekstensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan serta prasarana fisik harus dapat diandalkan dilingkungan.

#### II. Keandalan (*reability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk menangani segala permintaan jasa dengan menjanjikan hasil yang akurat dan bisa diandalkan. Hal ini juga memegang peranan penting dalam melayani pelanggan, sehingga mereka bersedia dalam

menggunakan produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan

III. Daya tangkap (*responsiveness*)

Daya tangkap merupakan kesediaan untuk membantu segala keluhan yang dilontarkan dari pelanggan maupun nasabah dengan tujuan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat.

IV. Jaminan (*assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan maupun keramahan karyawan serta kemampuannya dalam memberikan kesan yang bisa menggambarkan kualitas dan menimpulkan kepercayaan kepada nasabah.

V. Empati (*empathy*)

Empati adalah memiliki rasa memperhatikan dan pemeliharaan kepada masing-masing nasabah.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat diperhatikan oleh para nasabah, karena Tindakan yang dilakukan karyawan untuk menciptakan daya Tarik minat

nasabah untum menggunakan produk maupun layanan yang ada di perusahaan tersebut.

#### 4.1.2. Pengertian fasilitas

Sedangkan Fasilitas adalah hal yang paling diperhatikan oleh nasabah dan bisa sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini bis akita lihat betapa pentingnya kelengkapan fasilitas dalam melayani kebutunah nasabah dalam menggunakan produk dari perbankann tersebut kapan pun dan dimana saja. Menurut *Tjiptono* (2004:19) berpendapat bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada nasabah ataupun konsumen, sedangkan menurut *Nirwana* (2004:47) juga berpendapat bahwa fasiitas adalah variabel pemasaran jasa yang memiliki perasan yang bisa dibilang cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepadda pelanggan maupun nasabah tidak jarang, dan sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianya.

*Agus Sulastiyono* (2006:11) juga berpendapat bahwa fasilitas adalah penyedian pelayanan baik berupa perlengkapan-perengkapan fisik maupun layanan untuk memberikan kemudahan kepada para tamu (nasabah) dalam aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh dan berkesinambungan. Dalam perspektif islam dijelaskan bahwa setiap Tindakan dan perbuatan yang menyangkut dua belah pihak atau lebih harus saling menguntungkan dan tidak merugikan satu sama lain.

Terdapat dalam Q.S Ar-Rum ayat 41 yang berbunyi;

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا

لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ (Q.S 30:41)

**Yang artinya:** *Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)*  
(Q.S 30:41)

Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh, apabila semua berperan dengan maksimal dan sesuai dengan ekspektasi maka akan menarik minat dari nasabah, gebitu juga sbaliknya, apabila tidak berjalan sebabaimana mestinya makan kurangnya daa minat dari nasabah.

#### 4.2. E-service

(Sasono et al., 2021) Kualitas layanan elektronik memainkan peran yang sangat penting dalam setiap masyarakat, karena telah menjadi dasar

bagaimana pelanggan menginterpretasikan perbankan online dan, pada akhirnya, bagaimana interaksinya dan beroperasi dengan layanan online. Pertunjukan kualitas layanan elektronik bagaimana layanan perbankan Internet tertentu dapat melayani dan memfasilitasi transaksi online secara efektif dan efisien (Zeithaml, 2000; Zeithaml et al., 2000). Salah satu layanan elektronik model kualitas yang sering digunakan adalah E-SERVQUAL model. Menurut *Tjiptono* (2008), model ini mengidentifikasi dimensi utama (atau komponen) layanan kualitas; mengusulkan skala untuk mengukur kualitas layanan (SERVQUAL), dan menyarankan kemungkinan penyebab layanan masalah kualitas. Dimensi yang diteruskan oleh Zeithaml et al., (2000) relevan dan secara keseluruhan, memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi kualitas layanan elektronik.

Dari model tradisional SERVQUAL di atas, Zeithaml dkk. (2000) berhasil mengembangkan lima dimensi kualitas pelayanan menjadi tujuh dimensi e-SERVQUAL (*Tjiptono*, 2008), yang terdiri dari: (1) Efisiensi: kemampuan pelanggan untuk mengakses situs web, mencari produk yang diinginkan dan informasi terkait ke produk, dan tinggalkan situs dengan sedikit usaha. (2) Keandalan: terkait dengan fungsi teknis situs web, terutama seberapa jauh situs tersebut disediakan dan seberapa tepat fungsi. (3) Pemenuhan: melibatkan akurasi dari janji layanan, ketersediaan produk, dan produk pengiriman sesuai dengan waktu yang disepakati dengan pelanggan. (4) Privasi: jaminan bahwa data transaksi tidak akan diberikan

kepada siapa pun dan informasi pribadi pelanggan adalah terjamin keamanannya. (5) Responsif: penjual memberi informasi yang tepat kepada pelanggan ketika terjadi masalah, memiliki mekanisme untuk menangani produk berkualitas, dan menyediakan garansi online. (6) Kompensasi: melibatkan uang pembelian, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk. (7) Kontak: menjelaskan kebutuhan pelanggan melalui online layanan atau panggilan telepon situs online).

Kim dkk. (2009) mendefinisikan e-satisfaction sebagai akumulasi kepuasan konsumen dari setiap pembelian dan pengalaman dalam mengkonsumsi produk atau jasa dari waktu ke waktu di situs online. Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan produk atau jasa (Zeithaml, 2000; Zeithaml et al., 2000). Sementara itu, Pelanggan yang tidak puas akan cenderung memilih perusahaan lain dan tidak memiliki keinginan untuk membangun hubungan dengan yang sebelumnya perusahaan (Anderson & Srinivasan, 2003).

Menurut ikatan banker Indonesia (IBI) di bank bank Indonesia telah menerapkan produk produk *e-banking* sebagai berikut:

- a. ATM (*Automatic Teller Machine*) atau anjungan tnci adalah terminal elektronik yang di sedioakan oleh Lembaga keuangan perusahaan lainnya yang memungkinkan nasabah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai.

- b. *Phone Banking* adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya transaksi melalui telepon rumah, akan tetapi seiring dengan berkembangnya teknologi telepon genggam, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan *flat* dari manapun nasabah berada.
- c. *Internet banking* adalah saluran terbaru e-banking yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan computer/PC.
- d. *SMS/m-banking* adalah evolusi lebih lanjut dari internet banking yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS.
- e. *International electronic Fund Transfer* adalah metode utama yang melibatkan pembayaran dan dalam jumlah besar yang dilakukan Lembaga keuangan dan nasabah bisnisnya.

Secara umum dalam layanan elektronik (*internet banking*) punya manfaat untuk menyebarkan informasi serta mempromosikan produk apa saja yang dimiliki perbankan tersebut, selain itu juga memudahkan transaksi antara nasabah dengan perbankan yang berkaitan.

#### 4.3. Minat produk

Minat merupakan salah satu aspek psikologi yang kemungkinan besar mempengaruhi terhadap perilaku, minat juga merupakan sumber motivasi

yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa saja yang akan mereka lakukan. Minat diawali dengan perasaan senang dan disertai dengan sifat positif. Minat bisa dikatakan sebagai hal yang paling mempengaruhi jiwa konsumen dan akan menentukan Tindakan yang berhubungan dengan penggunaan maupun pembelian.

Menurut *Kotler* dan juga *Amastrong* produk adalah seperangkat karakteristik barang dan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan merupakan pemahaman tentang ketahanan gabungan kehandalan, akurasi, kemudahan pemeliharaan serta atribut lainnya dari produk. Menurutnya produk adalah semua hal yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan ataupun kebutuhan.

dalam aspek islam yang dijelaskan bahwa keunggulan-keunggulan yang ada didalam produk harus sesuai kaidah dan berpegang teguh dalam konteks islam, seperti halnya yang sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا  
 إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ  
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (Q.S. 1: 275)

Yang artinya: *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”* (Q.S. 1:275)

#### **4.4. Kepuasan Nasabah**

##### **4.4.1. Pengertian**

(Tjoeng, Surya Candra, 2015) Kepuasan nasabah menurut Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih memberikan hasil yang sama sebagai harapan pelanggan. Dalam hal ini setiap perbankan wajib mengamati dan menganggap penting bahwa kepuasan nasabah sangat mempengaruhi tingkat pendapatan dan mendapat peran penting antara nasabah dengan perbankan. Kepuasan nasabah dalam hal industri perbankan dapat

direalisasikan dengan cara mengukur kualitas pelayanan melalui kualitas fungsional (sikap dan perilaku SDM) dan fasilitas.

Menurut pakar dari bidang pemasaran *Kotler dan Keller* (2012) berpendapat bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan baik senang maupun kecewa yang dirasakan oleh konsumen maupun nasabah yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Dalam hal ini kepuasan merupakan tindakan responsive terkait rasa emosional seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya.

(Lionetto et al., 2020) kepuasan nasabah atau pelanggan merupakan suatu konsep yang familiar di telinga dan banyak di digunakan dalam berbagai riset pelanggan ( dengan tujuan bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pefasilitas yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi). Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabah baik nasabah tabungan maupun nasabah kredit baik kualitas maupun kuantitas. Secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif dan mampu memberikan keuntungan atau laba bagi bank, sedangkan secara kuantitas artinya jumlah nasabah yang bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu. Untuk memenuhi kebutuhan yang telah dijabarkan dengan kata lain kepuasan nasabah, maka perlu memperhatikan beberapa hal diantaranya:

- a. Memperhatikan dari segi pelayanan yang bisa memenuhi keinginan nasabah dan bersifat sopan santun, serta pelayanannya cepat dan efisien.
- b. Produk yang ditawarkan.
- c. Keamanan dan kenyamanan lokasi bank.
- d. Kemudahan dalam memperoleh produk bank.
- e. Penanganan complain atau keluhan.
- f. Kelengkapan dan kegunaan produk serta fasilitas dan produk yang ditawarkan.
- g. Perhatian nasabah dimasa yang akan mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.

#### **4.4.2. Factor factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen**

Strategi pemasaran sangat diperlukan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, Adapun variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut *Fandy Tjiptono* dan *Gregorius Candra* (2011) adalah:

##### 1) Produk

Produk yang dimiliki oleh perbankan menjadi inti dari kepuasan nasabah, apakah sesuai dengan yang diharapkan nasabah atau diluar dugaan. Yang menjadi penilaian dasar nasabah terhadap layanan produk ini meliputi jenis produk, mutu, serta kualitas dari produk itu sendiri.

2) Harga

Merupakan bagian yang melekat pada produk yang bisa mencerminkan seberapa besar kualitas produk. Yang menjadi dasar penilaian adalah tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai produk.

3) Promosi

Promosi adalah suatu strategi untuk mengenalkan produk yang dimiliki kepada nasabah. Promosi meliputi iklan dan produk apa saja yang dimiliki.

4) Lokasi

Tempat merupakan sebagai atribut dari perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap lokasi meliputi lokasi perusahaan, ketepatan dan kecepatan transportasi.

5) Pelayanan Karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha demi memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan memberikan rasa puas terhadap nasabah. Dasar penilaiannya adalah, kesopanan, keramahan, kecepatan serta ketepatan

6) Fasilitas

Masilitas merupakan atribut lengkap yang dimiliki oleh perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan.

#### 7) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, keamanan dan kenyamanan.

#### 4.4.3. Pengukuran kepuasan

*Kotler & Keller* menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

##### a. Harapan

Harapan dari konsumen itu sendiri terhadap suatu produk atau jasa yang telah dibentuk sebelum konsumen memproduksi produk atau jasa tersebut. Sebelum memproduksi produk atau jasa tersebut, konsumen berharap bahwa produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai yang diharapkan. Dalam hal itu sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kepuasan pelanggan.

##### b. Kinerja

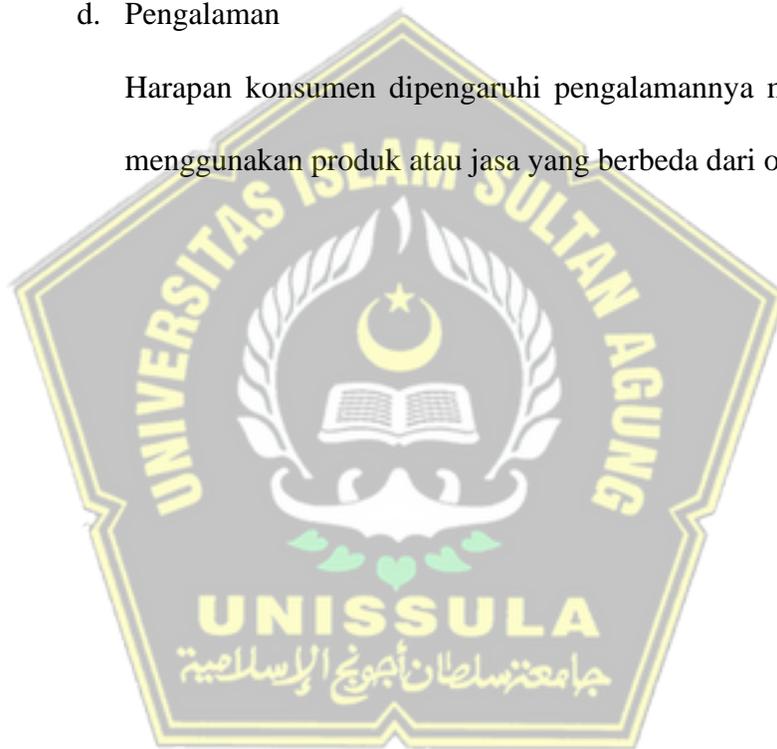
Kinerja actual barang atau jasa diukur dalam bagaimana pelayanan yang diberikan secara professional dan bisa memenuhi kebutuhan nasabah/konsuen. Ketika actual kerja produk atau jasa berhasil maka konsumen/nasabah akan merasa puas.

##### c. Perbandingan

Hal ini dilakukan demi membandingkan harapan kinerja produk atau jasa sebelum memproduksi dengan persepsi kinerja actual produk atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila sebelum memproduksi sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.

d. Pengalaman

Harapan konsumen dipengaruhi pengalamannya mereka terhadap menggunakan produk atau jasa yang berbeda dari orang lain.



## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Permasalahan

Perilaku nasabah bank di Indonesia saat ini tidak mudah ditebak, ada nasabah yang menginginkan suku bunga rendah (contohnya pinjaman), atau tinggi (misalnya tabungan, dan juga deposito tetap), Manajemen yang berkualitas yakni nasabah yang ingin melakukan transaksi pembiayaan yang cepat, efisien dan nyaman mudah untuk bertindak kapanpun dimanapun (Nurdin et al., 2020).

Dalam dunia perbankan kepedulian terhadap nasabah harus di prioritaskan, terlebih dalam meningkatkan kepuasan nasabah karena nasabah adalah sumber dari berjalannya sebuah perusahaan termasuk perbankan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah diantaranya adalah kualitas pelayanan. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank terhadap nasabah sangatlah mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, karena terdapat interaksi langsung yang sering dilakukan oleh nasabah dengan karyawan bank tersebut.

Tingkat kepuasan nasabah muncul Ketika adanya interaksi antara nasabah dengan karyawan. Dalam hal ini ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah diantaranya yaitu pelayanan yang bisa memenuhi tingkat kebutuhan nasabah, selain itu ketepatan dan juga kehandalan juga sangat penting dalam melayani nasabah, nasabah yang

menerima pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi dan tingkat pemahaman karyawan terhadap kebutuhan nasabah sangat tinggi, disitulah nasabah merasakan tingkat kepuasan.

Tingkat kepuasan nasabah juga bisa dipengaruhi dengan kelengkapan fasilitas, seperti fasilitas produk, fasilitas kantor, maupun fasilitas pendukung lainnya yang mengarah kepada memudahkan nasabah dalam berinteraksi dan menggunakan produk dari bank tersebut. Dari beberapa fasilitas tersebut, semua bersifat urgent bagi nasabah milenial yang peka terhadap perkembangan teknologi dan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Pada masa sekarang ini, nasabah tidak hanya mempertimbangkan bank apa saja yang dituju untuk tempat menabung maupun tempat untuk berinvestasi, nasabah juga tidak hanya memperhatikan bunga ataupun keuntungan yang akan didapat ketika memakai produk dari bank tersebut, namun nasabah juga melihat dan mempertimbangkan fasilitas apa saja yang akan didapat. Ketika memakai produk dari bank tersebut, nasabah sangat membutuhkan kelengkapan dan juga kecanggihan dari fitur produk perbankan tersebut yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan nasabah, karena pada masa sekarang ini dengan kemajuan globalisasi yang cukup pesat, nasabah tidak hanya melihat dari value (nilai) namun nasabah juga melihat dari kemudahan-kemudahan yang dapat membantu mempermudah dan melancarkan nasabah dalam melakukan transaksi dengan bank tersebut.

Adapun keluhan yang sering dirasakan khususnya nasabah minelinal pada nasabah bank bkk cabang wedung yakni yang pertama pada fasilitas produk. Produk yang digunakan khususnya produk tabungan, nasabah tidak bisa mengambi ataupun menabung melalui cabang lain, kegiatan menabung maupun penarikan uang hanya bisa dilakukan di bank dimana nasabah membuat rekening, selain itu nasabah juga mengeluhkan tidak terdapat adanya kartu maupun mesin ATM, selain itu tidak adanya fasilitas pendukung seperti layanan digital yang disediakan bank untuk nasabah. Yang kedua pada produk kredit atau pinjaman, nasabah hanya mendapatkan kartu Kartu angsuran sebagai pengingat biaya yang harus dibayar dan jumlah angsuran yang sudah dibayar nasabah.

Selain dari produk tersebut, keluhan yang dirasakan nasabah terdapat pada system layanan dan antrian, layanan yang disediakan bank bkk hanya melalui teller, keluhan dan juga pelayanan administrasi hanya dilayani melalui teller, dan belum adanya bagian customer service yang biasanya disediakan bank untuk menyampaikan keluhan nasabah, selain itu, system antrian yang disediakan nasabah masih menggunakan manual, yakni dengan mengumpulkan slip lalu ditumpuk, tidak adanya nomer antrian yang disediakan bank bkk dalam pelayanan.

Dari hasil penjabaran diatas dapat dijelaskan bahwa permasalahan yang sedang dialami oleh Bank BKK Cabang Wedung adalah masih terdapat adanya kurang lengkapnya fasilitas pendukung khususnya bagi pengguna

produk maupun fasilitas kantor dari bank BKK sendiri, dan masih terdapat jobdesk dalam pelayanan nasabah yang mengarah pada tingkat kepuasan nasabah.

## **5.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan metode kualitatif untuk meneliti sampel pada populasi dengan menggunakan Teknik pengumpulan data dari kuesioner, dan juga dibantu dengan beberapa data dari perusahaan tempat magang

## **5.3 Pembahasan**

### **5.3.1. Kualitas dan Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah salah satu bagian penting yang terdapat dalam interaksi social secara langsung antara nasabah dengan karyawan dari Bank BKK. Dalam hal ini peran teller dan customer service menjadi krusial karena menyangkut masa depan bank BKK, bisa juga diartikan terhadap bagaimana karyawan atau Teller yang terdapat di bank BKK dalam melayani nasabahnya.

Kualitas dapat diartikan kesan yang dirasakan oleh nasabah dalam interaksi pelayanan yang diberikan oleh bank. Kualitas diawali dengan memenuhi keinginan dari nasabah dan akhirnya memberikan kesan terhadap nasabah, dimana kualitas yang baik tidaklah bersudut pandang yang artinya tidak menurut pandangan penyedia jasa saja, tetapi juga berdasarkan pada nasabah yang merasakan pelayanan dari

penyedia jasa. Dari penjabaran diatas bisa dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat ditarik jika barang dan jasa diukur tingkat kualitas jika bisa merealisasikan keinginan dan apa yang dibutuhkan oleh nasabah tersebut.

Menurut Tjipjono, kualitas pelayanan (*service quality*) bisa dilihat dengan cara membandingkan kesan konsumen atas layanan yang diterima atau diperoleh sesuai dengan yang mereka harapkan atau inginkan terhadap aspek-aspek layanan perusahaan.

Sedangkan Parasuraman (H Kara, 2014) menyatakan kualitas layanan adalah ukuran penilaian secara menyeluruh atas suatu layanan yang baik dimana jasa yang diterima atau dirasakan lebih memiliki rasa kesenangan dibanding dengan harapan yang sebelumnya.

Dari penjabaran pendapat para ahli diatas disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah muncul Ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan nasabah, begitu juga sebaliknya jika pelayanan yang diberikan karyawan terhadap nasabah tidak bisa memenuhi kebutuhan nasabah, maka kualitas pelayanan yang diberikan dinilai kurang baik dan bisa dikatakan juga kurang memuaskan.

Menurut Bukhori dan Djaslim dalam (Pazos, 2014) menyatakan setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan

sebagai berikut. Ketanggapan (*Reponsiveness*), Keandalan (*Reability*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangible*). Dalam hal ini bisa dijelaskan bahwa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh ekspektasi yang dilakukan oleh nasabah terhadap tingkat kualitas serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank dalam menangani nasabah. Dalam hal ini terdapat perbandingan antara ekspektasi dengan performa yang dilakukan karyawan bank dalam memberikan pelayanannya.

a) *Reponsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan merupakan suatu kemampuan untuk meningkatkan kepedulian yang dimiliki oleh karyawan dalam memahami kebutuhan nasabah. Ketika mengalami kesulitan. Dengan memberikan masukan kepada nasabah yang bersangkutan, memberikan pengarahannya dan juga informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah, sehingga bisa membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami nasabah dengan jelas dan cepat.

b) *Reability* (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan individu untuk meningkatkan kualitas kinerja seorang karyawan dalam

melayani nasabah sehingga menciptakan pelayanan nasabah yang akurat, cepat, dan akurat, dan juga kemudahan bertransaksi. Kemampuan dalam memberikan jasa terhadap nasabah bisa menimbulkan rasa puas terhadap kinerja yang diberikan karyawan terhadap nasabah, sehingga bisa meningkatkan pendapatan perusahaan.

c) *Assurance* (Jaminan)

Jaminan merupakan kemampuan yang dimiliki karyawan atas pengetahuan terhadap produk-produk yang dimiliki perusahaan secara jelas, selain itu jaminan yang diberikan karyawan terhadap nasabah dapat berupa kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan pelayanan yang aman terhadap memanfaatkan jasa yang ditawarkan sehingga menciptakan kepercayaan nasabah terhadap karyawan.

Pemberian pelayanan yang sopan dan santun dapat meningkatkan kepercayaan yang cukup tinggi sehingga nasabah akan merasa nyaman dan terjamin.

d) *Empathy* (Empati)

Empati merupakan perhatian individu yang diberikan karyawan terhadap nasabah, seperti kemudahan dalam

menjelaskan apa yang dikeluhkan nasabah. Kepedulian dan perhatian secara pribadi dapat menimbulkan rasa nyaman dan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah dapat dipahami.

e) *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang menyangkut tingkat kenyamanan nasabah dalam bertransaksi sosial seperti kondisi ruangan yang bersih, kesediaan tempat yang memadai dan juga penampilan yang selalu terjaga. Dalam dimensi ini penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif sehingga tidak menimbulkan harapan nasabah yang terlalu tinggi.

Tingkat kepuasan nasabah juga dipengaruhi dari sistem pelayanan yang khusus terkait kebutuhan nasabah, dalam hal ini, pelayanan yang diinginkan nasabah adalah pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Seperti pelayanan pembuatan tabungan maupun untuk menabung, dan juga pembayaran angsuran pinjaman. Pelayanan yang disediakan oleh bank bkk sendiri masih terdapat adanya *double job deks*, yakni semua pelayanan yang diberikan baik

pembuatan tabungan, menabung, maupun angsuran hanya dilayani oleh teller.

Adanya doble job desk tersebut membuat pelayanan yang diberikan oleh bank bkk sendiri masih dinilai kurang kondusif, karena hanya dilayani oleh satu teller, oleh karena itu bank bkk harus bergerak cepat dalam menangani adanya job desk tersebut, dengan cara menambah pelayanan yang diberikan oleh bank bkk sehingga tidak terdapat adanya doble job.

Langkah yang harus diambil oleh bank bkk sendiri adanya mengisi kekosongan yang tugasnya dialihkan ke teller yakni menyediakan pelayanan yang dilayani oleh customer service. Adanya customer service sangat membantu perusahaan dalam melayani kebutuhan dan keluhan nasabah. Kunci dari optimalisasi kesuksesan perusahaan ada dalam tugas customer service. CS bertugas membangun tingkat kepuasan nasabah khususnya nasabah yang ingin mendapatkan informasi terkait barang atau jasa yang ditawarkan.

Tugas customer service sendiri pada dasarnya adalah menjadi jembatan antara nasabah dengan perusahaan, CS adalah citra bagi perusahaan tempatnya bekerja. Maka dari itu CS wajib menjaga citra perusahaan. Adapun tugas dari customer service sendiri diantaranya:

- **Membangun hubungan baik dengan nasabah.**

Seorang customer service wajib membangun hubungan baik dengan nasabah yakni dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan sopan terhadap nasabah. CS harus bisa memberikan kesan positif terhadap nasabah, karena CS cerminan perusahaan, selain itu CS juga harus bisa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah.

- **Menangani keluhan yang disampaikan oleh nasabah**

Selain memberikan informasi, CS juga harus bisa memberi solusi kepada nasabah yang mengalami kendala dalam pemakaian produk.

- **Memahami produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan**

Customer Service wajib memiliki product knowledge yang luas. Seorang CS harus menguasai segala seluk-beluk produk atau jasa yang perusahaannya tawarkan kepada pelanggan. Dalam hal ini CS dapat memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan

perusahaan dan juga bisa memberi solusi terhadap masalah yang dialami nasabah

- **Menjual produk atau jasa**

Selain menjaga hubungan baik dengan nasabah, Customer Service harus bisa menjual produk yang dimiliki perusahaan. Customer Service harus bisa memanfaatkan hubungan baik dengan nasabah dan juga menawarkan produk yang dimiliki perusahaan.

Bisa disimpulkan bahwa dengan adanya tambahan pelayanan dengan menambah Customer Service dalam pelayanan nasabah sangat membantu perusahaan yakni segala pelayanan administrasi dilayani oleh teller, dan segala keluhan dan juga pemasaran produk bisa dilayani oleh Customer Service, sehingga pelayanan yang diberikan bisa maksimal dan bisa menciptakan tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu, keluhan yang dirasakan nasabah pada saat melakukan transaksi di kantor bank bkk yakni tidak adanya nomor antrian. Tidak adanya nomor antrian pada kantor bkk sering kali diresahkan oleh nasabah, khususnya nasabah baru. Nasabah yang baru menggunakan baik produk tabungan maupun pinjaman sering kali Ketika sampai di kantor langsung duduk, karena nasabah tidak

tau bahwa tidak ada nomor antrian, dan antrian dilakukan dengan mengumpulkan kartu angsuran maupun slip tabungan di meja teller. Dan pada saat situasi bank sedang ramai, tidak adanya nomor antrian sangat mempengaruhi pelayanan nasabah, karena petugas maupun karyawan tidak tau mana yang lebih dulu datang, dan mana yang terakhir datang.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Langkah yang harus diambil yakni menyediakan nomor antrian yang ditujukan untuk perlengkapan fasilitas nasabah. Nomor antrian bisa menggunakan nomor antrian otomatis yang biasanya disediakan di bank-bank pada umumnya.

Didalam islam pelayanan yang baik dan sesuai dengan syariat islam sudah dijlaskan dalam Al-Qur'an yakni pelayanan yang diberikan tidak hanya mengarah pada tingkat kepuasan melainkan mengarah pada ketakwaan dan nilai beribadah. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Isra" ayat 7 yaitu:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِنَفْسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْإِخْرَةِ لِي سَوْأُ وُجُوهِكُمْ

وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Artinya: *"jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka*

*(kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai". (Q.S 17 : 7)*

### 5.3.2. E-Service

Di era globalisasi ini, semua informasi yang berkaitan dengan isu-isu kontemporer sangat menarik untuk dikaji. Globalisasi media sangat memberikan dampak besar bagi masyarakat yakni mengubah cara pandang dan perilaku manusia.

Perusahaan perbankan salah satunya bank bkk wajib memahami adanya perkembangan tersebut, karena dampak yang diberikan sangatlah besar. Bank bkk adalah badan usaha milik daerah yang memiliki peranan penting untuk mendorong perekonomian di daerah. Bank adalah suatu Lembaga kepercayaan masyarakat yang digunakan sebagai tempat penyimpanan uang juga sebagai tempat pengelolaan keuangan. perbankan meningkatkan pertumbuhan Indonesia dengan pendapatan yang dihasilkan oleh bank itu sendiri. Perlu dipahami bahwa peranan bank bkk sangatlah penting untuk memajukan tingkat perekonomian yang ada di daerah, khususnya

daerah demak, dan pendapatan yang diperoleh dari bank tersebut dari bunga perbankan.

Kondisi perekonomian di Indonesia pada saat ini sangatlah tidak stabil, ditambah dengan adanya wabah virus corona yang sangat berpengaruh pada perekonomian di Indonesia tanpa terkecuali. Dampak yang terjadi dengan adanya virus tersebut mampu menghambat perjalanannya perekonomian di Indonesia. Salah satu perusahaan yang terdampak dengan adanya virus tersebut adalah perusahaan perbankan. Jelas dilihat bahwa pendapatan bank pada masa pandemi sangat menurun drastis karena faktor dari dampak adanya virus yang membahayakan semua manusia, namun tidak hanya perusahaan perbankan saja yang merasakan dampak dari adanya virus corona tersebut namun hampir semua perekonomian terhambat sehingga pemerintah memberikan atusan pembatasan kegiatan bersosial berskala besar karena besar kemungkinan penyebaran virus corona sangatlah cepat.

Perkembangan zaman semakin canggih dan nasabah semakin memahami perkembangan globalisasi berbasis teknologi tersebut. Pada zaman sekarang ini nasabah tidak hanya fokus pada produk apa saja yang dimiliki perusahaan, namun nasabah juga mempertimbangkan fasilitas apa saja yang disediakan bank apabila nasabah membeli produk dari bank tersebut. Inovasi yang harus

diambil oleh perusahaan yakni dengan mengembangkan fasilitas berbasis digital. Apabila di masa lalu inovasi teknologi hanya berpusat pada internal perbankan, akan tetapi saat ini terjadi perubahan drastis di mana inovasi teknologi sekarang telah merambah ke sisi nasabah atau konsumen. Pergeseran inilah yang memunculkan perusahaan keuangan yang berbasis teknologi atau yang lebih dikenal dengan istilah *FinTech* (*Financial Tehnology*) . menurut Kholis pada tahun 2018 (Susilawaty & Nicola, 2020) *FinTech* ini sudah menjamur di seluruh dunia termasuk Indonesia. Namun terdapat sebuah penelitian menyatakan bahwa mulanya banyak yang berpersepsi *FinTech* dapat mengganti posisi bank di dunia perekonomian, akan tetapi pada saat ini dengan kehadiran *FinTech* belum dapat menggantikan posisi bank, dan bahkan berjalan atau beroperasi berdampingan sehingga kemajuan ekonomi dapat dilakukan bersama.

Untuk mengantisipasi dari perkembangan *FinTech*, pihak perbankan dituntut mengubah strategi bisnisnya dan mulai beralih ke strategi digital. Pada jurnal (Tanjung & Nugraha, 2022) Tantangan yang dihadapi perbankan saat ini adalah mengikuti perkembangan zaman. Sebagaimana untuk memenuhi kebutuhan nasabah guna meningkatkan pertumbuhan dan keuangan. maka yang perlu ditingkatkan dalam system pelayanan yakni pelayanan digital yang

mana perusahaan menjadikan generasi milenial sebagai referensi utama dalam pemakaian *mobile banking*, *internet banking*, ATM, *sms banking*, dan lain-lain.

Keberadaan *e-banking* atau layanan dalam jurnal (Sedán et al., 2020) elektronik menunjukkan kepedulian bank pada tingkat pelayanan pada kepuasan nasabah. Layanan yang prima pada pada nasabah adalah sebuah keharusan bila bank tidak mau tergeser dengan bank lainnya dalam persaingan bisnis.

Secara teori, kualitas layanan (Yulia, 2020) dapat memberikan dampak kepada kepuasan nasabah. Pemberian pelayanan pada nasabah merupakan salah satu cara untuk menghadapi persaingan serta hal utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Untuk dapat mengukur tingkat kepuasan nasabah diperlukan suatu pengukuran yang akurat, menggunakan model E-S-Qual dan ERecs-Qual contohnya. E-S-Qual merupakan dimensi pengukuran untuk riset kualitas jasa yang lebih terfokus pada layanan elektronik atau penekanan pada aspek *e-service*. E-SQual, seperti pada pengembangan sejumlah dimensi pengukuran lain juga mengacu dimensi SERVQUAL.

Dalam dimensi tersebut terbagi menjadi dua skala yaitu, *E-SQual* (*ECore-Service Quality Scale* dengan dimensi *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *privacy*) dan *E-RecS-Qual* (*E-Recovery-*

*Service Quality Scale* dengan dimensi *Efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, contact*). Namun pada dimensi *compensation* tidak dapat digunakan, karena di bank Indonesia belum ada ada yang menggunakan dimensi tersebut pada bank yang ada di Indonesia. Metode E-S-Qual dan E-Recs-Qual cocok dan dapat diandalkan untuk mengukur persepsi kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan individu ketika menggunakan suatu layanan tertentu.

Melihat fenomena tersebut, manajer perusahaan perbankan, khususnya bank bkk harus bisa bergerak cepat dalam menangani permasalahan yang sedang terjadi. Salah satu Langkah yang harus diambil oleh perusahaan dalam menangani permasalahan tersebut yakni dengan menciptakan sebuah inovasi dengan menggunakan dan memanfaatkan perkembangan globalisasi, yakni dengan menciptakan pelayanan elektronik yang ditujukan untuk nasabah dalam melakukan sebuah transaksi maupun mendapatkan informasi terbaru mengenai produk maupun jasa yang disediakan bank bkk.

Pada PT BPR BKK Demak perseroda Cabang wedung belum terdapat adanya pemanfaatan teknologi digital. Fasilitas digital hanya terdapat di kantor bkk saja, dan belum semua fasilitas yang ada di kantor memanfaatkan teknologi digital, khususnya pelayanan nasabah.

Didalam aturan otoritas jaksa keuangan (OJK) bank bkk tidak diperbolehkan menggunakan kartu ATM ataupun mesin ATM, namun tidak ada aturan yang menjelaskan bahwa bank bkk tidak diperbolehkan menggunakan aplikasi digital untuk melayani nasabah dalam melakukan transaksi dengan kantor. Gubernur jawa tengah Ganjar Pranowo mengungkapkan argumennya yang ditujukan oleh BPR BKK untuk mencoba inovasi baru yakni memanfaatkan kecanggihan teknologi demi meningkatkan keuangan daerah. Karena bank bkk adalah badan usaha milik daerah, maka tujuan dari inovasi tersebut adalah untuk meningkatkan penghasilan dari daerah itu sendiri. Selain meningkatkan pendapatan daerah inovasi tersebut bisa menjadi sebuah dorongan untuk terus bersaing dimasa depan.

Keunggulan jika bank bkk menggunakan *mobile banking* dalam melayani nasabah diantaranya:

1. Sebagai strategi pemasaran untuk menginformasikan produk apa saja yang dimiliki bank bkk.
2. Mempermudah pelayanan tanpa harus keluar rumah.
3. Cek saldo
4. Bisa menarik minat nasabah milenial.
5. Menyimpan Riwayat transaksi
6. Mempercepat moblitas
7. Mempermudah transaksi

8. Menjawabdlkan pembayaran

9. Informasi undian

Dari penjabaran diatas bisa disimpulkan bahwa kepekaan terhadap perkembangan dalam dunia globalisasi sangatlah penting, dan inovasi yang harus dilakukan oleh bank bkk adalah salah satu cara yang wajib dilakukan untuk bisa terus bersaing dengan bank lainnya dan juga bisa meningkatkan pendapatan daerah dimasa mendatang.

### **5.3.3. Minat Produk**

Produk yang dihasilkan dalam perusahaan umnya memiliki dua macam jenisnya, yaitu barang, dan jasa. Masing masing produk tersebut memiliki cirinya sendiri, Adapun produk barang bisa diartikan bahwa produk tersebut bisa dilihat dan dirasakan, umumnya produk barang ini memiliki sifat yang tahan lama. produk yang tidak berwujud adalah jasa, umunya produk tersebut hanya bisa dirasakan dan tidak bisa dilihat, dalam hal ini produk jasa tidak memiliki sifat tahan lama.

Menurut Slameto (Philip Kotler, 1988), minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah rasa yang timbul didalam diri terhadap suatu hubungan dari luar. Semakin tinggi rasa yang ditimbulkan, maka semakin besar pula minat yang

dirasakan. Didalam perbankan, keinginan nasabah dalam menabung bisa dikatakan minat beli, karena nasabah membeli atau memakai produk dari bank tersebut.

Menurut Philip Kotler (Kepuasan Pelanggan Pada Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam Vesilia Adriani, 2018), produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Menurut Tjiptono, Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk di perhatikan dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk tabungan dari bank adalah suatu hal yang wajib diperhatikan oleh perusahaan, karena bisa meningkatkan dan memajukan profit perusahaan. Minat dapat timbul karena adanya keingintahuan terhadap produk tersebut sehingga nasabah membeli atau menggunakan produk tersebut, selain itu minat juga bisa timbul karena pengetahuan terhadap keunggulan dari produk tersebut sehingga nasabah tertarik untuk menggunakannya. Dalam dimensi ini minat nasabah untuk menabung berkaitan dengan perilaku konsumen dalam keputusan menabung ataupun tidak.

Ada faktor faktor (Yulia, 2020) yang menyebabkan minat diantaranya;

#### 1) Promosi

Promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan atau memberi tahu kepada masyarakat mengenai produk produk yang dimiliki oleh perusahaan dan membujuk mereka untuk membeli atau menggunakan produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Promosi merupakan Teknik komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan bauran promosi diantaranya adalah pengiklanan, promosi penjualan, serta hubungan masyarakat yang baik.

#### 2) Fasilitas

Fasilitas merupakan kelengkapan yang meliputi fasilitas, bangunan usaha, fasilitas kantor, dan juga fasilitas dari produk itu sendiri. Pada masa sekarang ini, khususnya nasabah milenial sangat memperhatikan fasilitas yang dimiliki bank yang mengarah pada kemudahan dan

kenyamanan saat bertransaksi. Transaksi bisa dilakukan baik di kantor maupun diluar kantor.

Ada beberapa tingkat ataupun lingkaran produk, yaitu:

a) Manfaat inti (*Core Benefits*)

Manfaat inti adalah manfaat yang sesungguhnya yang dibeli dan didapatkan oleh konsumen. Perusahaan harus menyediakan media dan memberikan manfaat kepada nasabah sehingga nasabah pada akhirnya membeli dan menggunakan produk dari perusahaan tersebut karena terdapat manfaat didalamnya.

b) Manfaat Dasar Tambahan (*Basic Product*)

Manfaat dasar tambahan yakni merubah manfaat inti menjadi manfaat dasar yang nantinya mengarah pada kebutuhan nasabah

c) Kelebihan yang Dimiliki Produk (*Augmented Product*)

Kelebihan yang dimiliki produk artinya salah satu manfaat dan pelayanan yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk pesaing. Kebutuhan konsumen adalah kepuasan.

d) Potensi Masa Depan Produk (*Potensial Product*)

Potensi masa depan artinya bagaimana harapan seorang nasabah terhadap produk yang sedang di beli apabila terjadinya perubahan teknologi serta selera nasabah, kebutuhan nasabah adalah masa depan produk.

**Tabel 5 Pengguna Produk Tabungan Bulan Oktober sampai Mei**

Jenis Tabungan	Okt	Nov	Des	Jan	Febr	Maret	April	Mei
Tamades A	2.021	2.050	2.059	2.084	2.114	2.158	2.193	2.224
Tabungan Wajib	85	85	82	75	75	75	73	59
Tabungan Ku	87	27	27	29	28	27	27	28

Sumber : Kantor PT.BPR BKK (PERSERODA) DEMAK CABANG WEDUNG

Tabel diatas adalah jumlah nasabah pengguna produk tabungan, dari data tersebut terlihat bahwa pengguna produk tabungan masih stabil dan terus naik, namun dari jumlah tersebut masih didominasi nasabah yang mengajukan pinjaman kredit, karena jika nasabah melakukan pinjaman kredit, harus mempunyai rekening bank bkk, karena itu sebagai syarat, dan usia nasabah yang melakukan pinjaman rata-rata rentang usia 30 – 60 tahun, dan nasabah milenial masih sedikit peminatnya, hal ini dikarenakan kurang lengkapnya fasilitas dari produk yang bisa menarik minat dan memenuhi kebutuhan dari nasabah milenial

Dari penjabaran diatas bisa diartikan bahwa fasilitas dari produk yang dijual oleh bank bkk harus bisa memenuhi kebutuhan

dari nasabah. Pada masa sekarang ini, kemajuan teknologi globalisasi sudah bisa dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, untuk menarik daya minat nasabah agar membeli dan ataupun menggunakan produk dari bank bkk sendiri, bank bkk harus peka dan peduli terhadap perkembangan dunia digital dan menciptakan sebuah fasilitas khususnya pada produk yang dijual sehingga produk dari BKK sendiri mampu menjadi solusi apa yang sebenarnya menjadi masalah nasabah.

#### **5.3.4. Kepuasan Nasabah**

##### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Lembaga keuangan bank atau perbankan adalah Lembaga keuangan yang memiliki peranan penting bagi nasabah, sehingga tingkat kepuasan nasabah terbentuk dari ekspektasi dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank bkk.

Menurut Kotler (Cookson & Stirk, 2019), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Kepuasan nasabah (Panes et al., 2020) menyatakan kepuasan maupun ketidakpuasan setelah ekspektasi dari nasabah terhadap

pelayanan yang diberikan oleh bank terjadi kesesuaian ataupun ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya ( norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Ada beberapa dimensi yang bisa mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap bank diantaranya:

- 1) Dimensi Produk (meliputi care product, basic product, expected product augmented product dan potential product).
- 2) Layanan yang meliputi ( cecepatan proses, ketetapan proses transaksi, kecepatan dan etepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).

b. Teori Kepuasan Nasabah

- 1) Teori Perasaan efektif eksperiental (experientially affective feeling theory) Menurut Jones (2008), teori ini beranggapan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perasaan positif dan negative yang diasosiasikan konsumen dengan produk yang sudah dibeli dan dikonsumsi.

2) Teori Kepuasan (the expectancy disconfirmation model)

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut (product performance).

3) Teori atribusi, kegagalan produk dan kepuasan nasabah Bila melambangkan kegagalan pada produk atau jasa itu sendiri, mereka mungkin merasa tidak puas, tetapi jika melambangkan kegagalan pada faktor kebetulan atau tindakan mereka sendiri, mereka tidak mungkin merasa tidak puas.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap nasabah bisa menjadikan tolak ukur bagi nasabah. Parasuraman *et al.* (1988) menyatakan ketika pelayanan yang diberikan mampu melebihi harapan nasabah maka nasabah tersebut merasa puas. Baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh nasabah tergantung dari perasaan yang dirasakan oleh nasabah, apakah sudah sesuai dengan ekspektasi apakah jauh dari ekspektasi.

Selain dari pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap nasabah, kepuasan juga bisa diciptakan dengan produk yang sedang dipakai,

keunggulan dan kesesuaian produk yang yang dibeli atau digunakan oleh nasabah apakah sesuai dengan kebutuhan atau tidak,

Tingkat kepuasan nasabah dalam jurnal (Bala & Haryanto, 2021) juga dipengaruhi oleh fasilitas – fasilitas yang di sediakan bank untuk konsumen, baik fasilitas kantor maupun fasilitas dari produk itu sendiri. Nasabah milenial sangat memperhatikan fasilitas dari produk yang dijual atau yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Apakah fasilitas yang disediakan baik fasilitas kantor, maupun fasilitas produk sudah memenuhi dari apa yang diinginkan nasabah, maka timbulah perasaan puas yang dirasakan oleh nasabah, namun apabila tidak sesuai atau masih kurangnya fasilitas dari produk itu sendiri maka nasabah merasa tidak puas.

Dalam hal ini fasilitas produk yang dimaksud adalah fasilitas yang memudahkan nasabah bertransaksi baik dikantor maupun diluar kantor, contoh dari fasilitas produk yakni transaksi yang bisa dilakukan tanpa ke kantor ataupun keluar rumah seperti pengajuan pinjaman, pengecekan jumlah tabungan ataupun angsuran yang bisa dilakukan tanpa harus ke kantor.

Berdasarkan dari penjabaran diatas maka dapat dapat dilihat nasabah yang merasakan puas dengan pelayanan maupun fasilitas yang dimiliki dan disediakan oleh bank tersebut dapat dilihat dengan:

- a) Minat penggunaan ulang produk sesuai dengan kebutuhan
- b) Merekomendasikan kepada orang lain sebagai bentuk syiar islam
- c) Mengatakan sesuatu tentang kebaikan bank bkk sebagai wujud sikap jujur
- d) Penggunaan produk bank bkk dengan mengutamakan kesederhanaan dan kepedulian terhadap nasabah.



## BAB VI

### SIMPULAN dan REKOMENDASI

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan dan dapat segera ditindak lanjuti sebagai berikut:

1. Permasalahan yang sedang terjadi pada system pelayanan yang disediakan oleh bank bkk yakni hanya dilayani oleh teller, sehingga pelayanan yang dirasakan nasabah kurang maksimal, karena hanya ada satu pelayanan.
2. Terdapat adanya doble job dalam system pelayanan yang disediakan bank bkk, yakni teller merangkap tugas dari customer service sehingga pelayanan yang disediakan bank bkk cukup lama dan kurang efektif, karena pelayanan administrasi dan juga keluhan baik dari produk tabungan maupun kredit hanya ada satu layanan.
3. System antrian yang digunakan pada kantor bank bkk masih menggunakan system antrian manual, yakni hanya mengumpulkan slip baik tabungan maupun kredit, dan tidak adanya nomor antrian yang dirasakan nasabah kurang efektif karena masih terdapat adanya nasabah yang tidak melakukan system antrian yang sesuai, nasabah meletakkan slip maupun kartu angsurung tidak urut

melainkan meletakkan di tengah dan menyalahi aturan, sehingga kurang efektif.

4. Kurangnya fasilitas berbasis digital yang belum maksimal dimanfaatkan bank bkk, sehingga bank bkk belum bisa menarik minat dari nasabah milenial, karena belum adanya fasilitas baik yang ada di kantor maupun fasilitas produk tabungan maupun kredit.

## 6.2 Rekomendasi

1. Perlu adanya penambahan karyawan pada bagian customer service dikarenakan jika pelayanan hanya dilayani oleh teller mengakibatkan terjadinya antrian yang menumpuk sehingga sehingga kondisi kantor kurang kondusif, maka dari itu penting adanya bagian customer service dalam pelayanan yang di sediakan bank bkk cabang wedung untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang efektif.
2. Meninggalkan budaya lama dan berevolusi pada masa sekarang dengan memanfaatkan system antrian otomatis yang memudahkan karyawan maupun nasabah sehingga bisa memaksimalkan system pelayanan pada bank BKK tersebut.
3. Harus mulai beralih pada teknologi digital, perkembangan globalisasi yang semakin hari semakin berkembang adalah salah satu upaya untuk membuat strategi baru dalam meningkatkan baik

kinerja maupun pelayanan. Salah satu contoh strategi yang dilakukan yakni dengan memanfaatkan fasilitas teknologi digital berupa aplikasi, dimana dengan adanya aplikasi tersebut dapat memudahkan transaksi maupun pelayanan yang ditujukan baik nasabah maupun karyawan, dan tentunya banyak sekali kemudahan yang didapat jika menggunakan aplikasi tersebut seperti pengajuan pinjaman, cek tabungan maupun angsuran dan juga bisa sebagai tempat promosi produk yang dimiliki bank BKK.

4. Sesuai dengan napa yang telah saya dapatkan semasa berkuliah di kampus Universitas Islam Sultan Agung Semarang bahwasanya setiap kita mau maupun akan melakukan aktivitas baik didalam ruangan maupun di lapangan atau berinteraksi dengan nasabah, alangkah baiknya terlebih dahulu dan diutamakan membaca doa terlebih dahulu, agar apa yang nantinya akan dikerjakan semoga mendapat ridho dari Allah SWT.

## **BAB VII**

### **REFLEKSI DIRI**

#### **7.1 Dampak positif dari perkuliahan yang bermanfaat selama kegiatan magang berlangsung**

Selama berlangsungnya kegiatan di tempat magang tepatnya di bank PT BPR BKK Cabang wedung, banyak sekali ilmu yang rasakan dan didapat selama kegiatan magang berlangsung, dan pastinya ilmu yang didapat di tempat magang menjadikan pengalaman yang sangat penting bagi mahasiswa Ketika memasuki dunia pekerjaan. Banyak sekali yang penulis dapat Ketika ditempatkan di berbagai posisi seperti pemasaran, pelayanan dan juga penginputan data. Berbekal dengan ilmu yang sudah didapat sebelumnya selama masa perkuliahan dan juga pengalaman organisasi yang pernah diikuti Ketika di kampus maupun fakultas, penulis mampu bekerja secara tim dan mampu berkomunikasi dengan baik, baik dengan karyawan, atasan, maupun Ketika dalam pelayanan.

#### **7.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa**

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis bisa mengembangkan skil yang sebelumnya didapat dikampus dan bisa mengembangkan dengan baik, seperti cara membedakan Ketika berkomunikasi dengan team, sesama karyawan, atasan, maupun dengan nasabah dalam pelayanan. Penulis juga mampu berfikir kritis dan memahami permasalahan apa yang sedang dialami di tempat kerja, sehingga dengan berbekal ilmu yang sudah di dapat Ketika di kampus, penulis

mampu memberikan saran agar masalah yang dialami di tempat magang mendapatkan solusi.

### **7.3 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang**

Kegiatan magang sangatlah penting bagi penulis, selain menjadikan pengalaman, penulis banyak mendapatkan manfaat dengan adanya kegiatan magang tersebut, seperti mengambil keputusan dan butuh bertanggung jawab yang besa, ketelitian dalam bekerja dan keuletan yang harus ditanam dalam diri penulis sehingga pekerjaan dapat terselesaikan.

### **7.4 Rencana Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa**

Kegiatan magang telah membentuk pola pikir kritis penulis terkait persiapan yang akan diambil setelah lulus dari jenjang sarjana dan mementingkan masa depan. Penulis mampu menentukan rencana yang akan diambil dan mengembangkan pengetahuan tentang agama.

### **7.5 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa**

Proses kegiatan magang sangat berdampak positif bagi mahasiswa, seperti mengembangkan kemampuan kognitif. Seperti mengingat standar operasional dalam kerja dan mengaplikasikan. Proses kegiatan magang juga mengajarkan kemampuan penulis untuk berfikir luas, yang artinya penulis diajarkan tidak hanya memandang satu hal dari satu sudut pandang sehingga dapat menghasilkan pemikiran yang luas.

## DAFTAR PUSTAKA

2017, jurnal dunia kesmas volume 6. N. 3. J. (2017). 549, 40–42.

Adriani, T. P. (2018). Kepuasan Pelanggan Pada Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam Vesilia. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi. In *Jurnal Pundi*

(Vol. 02, Issue 02).

Bala, R. P., & Haryanto, A. T. (2021). Peranan Consumer Knowledge Dan Kemudahan Prosedur Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Menabung Di Pt Bkk Jawa Tengah Cabang Sragen. *Excellent*, 8(1), 61–69.

<https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.887>

Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). *KEPUASAN MENGINTERVENING PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS NASABAH*. 28(8).

Dhondt, M. C. (2020). *Composites Part A: Applied Science and Manufacturing*, 68(1), 1–12.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>

Frank van Steenberg, & Tuinhof, A. (2009). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 28(3), 1–26.

H Kara, O. A. M. A. (2014). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.

- M., Guna, S., Gelar, M., & Madya, A. (2020). *Sistem layanan e-banking dalam menarik nasabah di pt. bri syariah kantor cabang pekanbaru laporan akhir.*
- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 14–25.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Panes, R. J., Panes, I., Ventayen, R. J. M., Pereyras, J., & Orlanda-Ventayen, C. C. (2020). Disaster Preparedness and Readiness of an Institution in one ASEAN Country. *SSRN Electronic Journal*, 4(1), 49–72. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3517336>
- Pazos, C. S. (2014). Title. *Analysis of Micro-Earthquakes in the San Gabriel Mountains Foothills Region and the Greater Pomona Area As Recorded By a Temporary Seismic Deployment*, 1(hal 140), 43.
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., Jainuri, J., & Waruwu, H. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking

Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>

Sedán, P.-, Nasional, B. A. Z., Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L., Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G., Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S., Accounting, F., Keuangan, L. P., Saldo, J., Bersih, D., Li, H., Hikmah, L. L., ... Eddy, S. A. (2020). KEPUASAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING PT. BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU UNIT WOLOWAU. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.

Siswa, A. M. B., & Belajar, P. M. (1988). Landasan Teori jurnal kualitas pelayanan dan produk. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 22(1994), 17–39.

Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>

Tanjung, B. J., & Nugraha, I. C. (2022). *PENGARUH KEMUDAHAN PERBANKAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN NASABAH*. 1(1).

Tjoeng, Surya Candra, and R. I. (2015). *Jurnal Manajemen Bisnis* 2(1). 9(2), 109–117.

Yulia, D. (2020). *Masyarakat Menabung di BMT Masyarakat Madani Sumatera Utara ( Studi Kasus Masyarakat Tembung Pasar IX )*.