

**DETERMINASI PENYALURAN KREDIT  
PADA PT. BPR CATUR ARTHA JAYA**

**SKRIPSI**

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

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**FENINDA SAYIDATUL UMAYAH**

**NIM : 30401900114**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEMARANG**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**DETERMINASI PENYALURAN KREDIT  
PADA PT. BPR CATUR ARTHA JAYA**

**Disusun Oleh :**

**Feninda Sayidatul Umayah**

**NIM : 30401900114**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan  
siding panitia ujian **Skripsi**

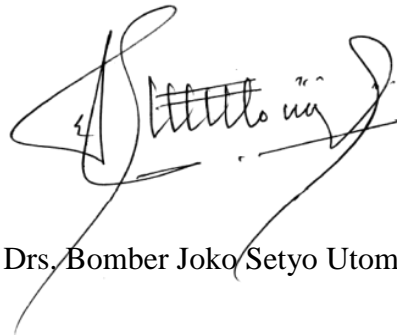
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

**UNISSULA**

جامعته سلطان أبجوع الإسلامية

Semarang, 15 Februari 2022

Dosen Pembimbing Lapangan



Drs. Bomber Joko Setyo Utomo, MM

Dosen Supervisor



Arif Rachman Hakim

**HALAMAN PERSETUJUAN  
SKRIPSI  
DETERMINASI PENYALURAN KREDIT  
PADA PT. BPR CATUR ARTHA JAYA**

Disusun Oleh:

**Feninda Sayidatul Umayah**


**NIM: 30401900114**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada 2 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan,

Dosen Penguji I,


  
**Drs. Bomber Joko Setyo U., MM**  
NIDN. 0023095801

  
**Prof. Dr. Nunung Ghoniyah, MM**  
NIDN. 0607056203

Dosen Penguji II,

  
**Farikha Amilahq, SST, MM**  
NIDN. 0615109301

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi tanggal 2 Maret 2023

  
**Ketua Program Studi Manajemen,**  
**Dr. Lutfi Nurcholls, ST, SE, MM**  
NIDN. 0623036901

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feninda Sayidatul Umayah  
NIM : 30401900114  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“DETERMINASI PENYALURAN KREDIT PADA PT. BPR CATUR ARTHA JAYA”** merupakan benar-benar hasil karya orisinal atau asli dari penulis yang bukan atau terbebas dari unsur plagiarisme atau dalam artian mengambil sebagian atau keseluruhan dari hasil karya penelitian orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Apabila terbukti di kemudian hari skripsi ini terbukti adanya plagiarisme, maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini yang saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 2 Maret 2023

Yang menandatangani,



**(Feninda Sayidatul Umayah)**

## KATA PENGANTAR

*Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Determinasi Penyaluran Kredit pada PT. BPR Catur Artha Jaya” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberi bantuan dan arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Suyanti selaku ibu penulis dan seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayang yang tiada batas kepada penulis dalam melaksanakan perkuliahan sampai dengan penyusunan laporan.
2. Bapak Suremi (Alm) selaku ayah penulis atas motivasi dan semangat semasa hidup yang diberikan kepada penulis sehingga penulis memiliki semangat dalam mendapatkan gelar Sarjana. Semoga diberikan tempat terbaik di sisi Allah Swt.
3. Drs. Bomber Joko Setyo Utomo, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu untuk membimbing pembuatan proposal hingga penulisan skripsi.

4. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unissula Semarang yang telah memberikan kesempatan studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
5. Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M. dan Wahyu Setiawan, S.E, M.EC.POL. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberi kesempatan studi di Program Studi Manajemen.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan motivasi dan dinamika keilmuan.
7. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh Staff dan Karyawan PT. BPR Catur Artha Jaya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk bergabung dan belajar selama kegiatan magang.
9. Muhammad Abdul Wahhab yang telah memberikan dukungan dan menjadi support sistem penulis dalam proses magang sampai skripsi.
10. Fatta Cantik Al-Akhmad, Helena Agustanty dan Farah Chairunnisa Desi Salsabila selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis menyelesaikan skripsi.

11. Dhea Saphira Permata Sari, Intan Kurnia Sari dan Putri Wulan Nahri yang telah menjadi sahabat, keluarga, dan teman seperjuangan. Semoga sukses dan dapat menjaga komunikasi yang baik.
12. Teman – teman kelas C Manajemen angkatan 2019 yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis sejak awal masuk kuliah sampai dengan sekarang.
13. Teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2019 yang telah mendukung dan memotivasi untuk belajar.

Akhirnya kepada semua pihak dan handai taulan, yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kami dalam penyusunan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semarang, 15 Februari 2022

Penyusun



Feninda Sayidatul Umayah

## ABSTRAK

Bank menghadapi peran penting dalam dua tugas operasional yaitu, berperan didalam melakukan pengumpulan dana yang berasal dari masyarakat yang mampu memberi keuntungan terhadap bank. BPR dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada dana dari pihak ketiga dan kredit yang di salurkan ke masyarakat yang tidak seimbang dengan penghimpunan dana di BPR Catur Artha Jaya. Hal tersebut menjadi ulasan bagi BPR yang perlu mengoptimalkan dalam pengelolaan dana pihak ketiga yang masuk dan juga pengeluaran dana tersebut, dan juga bpr memasarkan produknya lebih luas kepada masyarakat terutama para pelaku UMKM. Motode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data primer yaitu observasi di lapangan serta dokumenter. Hasil penelitian menunjukkan (1) adanya permasalahan pada kurangnya penyaluran kredit pada masyarakat (2) penerapan prinsip kredit 5C dan 7P telah efektif dilakukan melalui character, capacity, capital, collatral dan condition of economy, dan 7P yaitu: personality, party, purpose, prospect, payment, profitability, protection (3) penerapan promosi telah dilakukan perusahaan melalui strategi promosi, yaitu: periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis menyarankan BPR Catur Artha Jaya untuk meyalurkan dana kredit dengan melakukan gencar terhadap promosi agar mudah dikenali oleh calon nasabah sehingga mudah dikenal dimasyarakat.

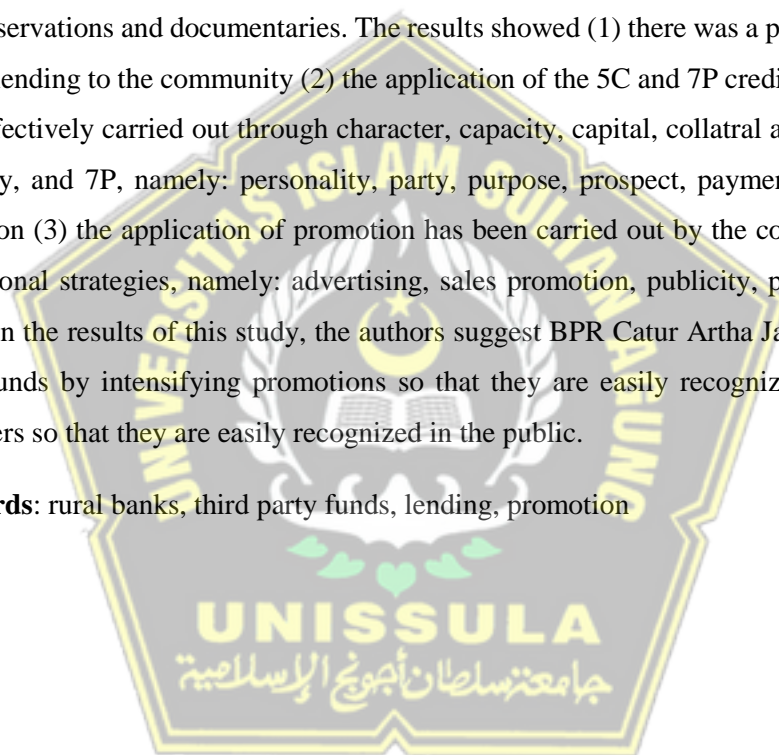
**Kata Kunci:** bank perkreditan rakyat, dana pihak ketiga, penyaluran kredit, promosi.



## ABSTRACT

Banks face an important role in two operational tasks, namely, a role in collecting funds from the public that can benefit the bank. BPR from year to year experiences an increase in third party funds and loans disbursed to the community which is not balanced with the collection of funds at BPR Catur Artha Jaya. This is a review for BPR which needs to optimize the management of incoming third party funds and also the expenditure of these funds, and also bpr markets its products more widely to the community, especially MSME players. This research method is qualitative research with primary data sources, namely field observations and documentaries. The results showed (1) there was a problem with the lack of lending to the community (2) the application of the 5C and 7P credit principles had been effectively carried out through character, capacity, capital, collateral and condition of economy, and 7P, namely: personality, party, purpose, prospect, payment, profitability, protection (3) the application of promotion has been carried out by the company through promotional strategies, namely: advertising, sales promotion, publicity, personal selling. Based on the results of this study, the authors suggest BPR Catur Artha Jaya to distribute credit funds by intensifying promotions so that they are easily recognized by potential customers so that they are easily recognized in the public.

**Keywords:** rural banks, third party funds, lending, promotion



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                                 | ii  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....                                | iii |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....                        | iv  |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....      | v   |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH</b> .....         | vi  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                     | vii |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | x   |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | xi  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | xii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                      | xiv |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                       | xv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                  | 1   |
| 1.1. Latar Belakang .....                                       | 1   |
| 1.2. Tujuan Penulisan .....                                     | 8   |
| 1.3. Sistematika Penulisan Skripsi .....                        | 8   |
| <b>BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG</b> .....      | 11  |
| 2.1 Profil Organisasi.....                                      | 11  |
| 2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                             | 11  |
| 2.1.2 Visi dan Misi Organisasi.....                             | 12  |
| 2.1.3 Produk PT BPR Catur Artha Jaya.....                       | 13  |
| 2.1.4 Struktur Organisasi PT. BPR Catur Artha Jaya .....        | 18  |
| 2.2 Aktivitas Magang .....                                      | 18  |
| 2.2.1. Deskripsi Kegiatan Magang.....                           | 18  |
| 2.2.2. Penjelasan Kegiatan Magang di BPR Catur Artha Jaya ..... | 19  |
| <b>BAB III IDENTIFIKASI MASALAH</b> .....                       | 27  |
| 3.1 Masalah Teridentifikasi .....                               | 27  |
| 3.2 Temuan Masalah Penting .....                                | 29  |
| <b>BAB IV KAJIAN PUSTAKA</b> .....                              | 31  |
| 4.1. Dana Pihak Ketiga.....                                     | 32  |
| 4.2. Penyaluran Kredit.....                                     | 35  |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 4.3.  | Promosi.....  | 41        |
| 4.3.1   | Pengertian Promosi .....  | 41        |
| 4.3.2   | Fungsi Promosi .....  | 42        |
| 4.3.3   | Tujuan Promosi .....  | 44        |
| 4.3.4   | Strategi Promosi .....  | 45        |
| <b>BAB V METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA .....</b> |   | <b>48</b> |
| 5.1.  | Metoda Pengumpulan Data .....   | 48        |
| 5.2.  | Analisis Data .....   | 51        |
| <b>BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>             |   | <b>53</b> |
| 6.1.  | Analisis Permasalahan.....  | 53        |
| 6.2.  | Pembahasan .....  | 54        |
| 6.2.1   | Dana Pihak Ketiga.....  | 54        |
| 6.2.2   | Penyaluran Kredit.....  | 56        |
| 6.2.3   | Promosi .....   | 71        |
| <b>BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>         |   | <b>81</b> |
| 7.1.  | Kesimpulan.....   | 81        |
| 7.2.  | Rekomendasi .....   | 84        |
| 7.2.1   | Rekomendasi Terkait dengan Hasil Analisis Bab 6.....  | 84        |
| 7.2.2   | Rekomendasi Hal yang Perlu diperbaiki Organisasi Tempat Magang Terhadap Peserta Magang dan Karyawan ..... | 85        |
| 7.2.3   | Rekomendasi Hal yang Perlu diperbaiki Program Studi Terhadap Kegiatan Magang.....                         | 86        |
| <b>BAB VIII REFLEKSI DIRI.....</b>                      |   | <b>88</b> |
| 8.1.  | Hal - Hal Positif dari Perkuliahan yang Relevan terhadap Pekerjaan Selama Magang .....                    | 88        |
| 8.2.  | Manfaat Magang terhadap Pengembangan dan Kekurangan Soft-Skils Mahasiswa .....                            | 89        |
| 8.3.  | Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa .....                                   | 91        |
| 8.4.  | Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang .....  | 92        |
| 8.5.  | Rencana Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa .....  | 92        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                             |   | <b>94</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                    |   | <b>97</b> |

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi.....**Error! Bookmark not defined.**6



**DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Sumber Dana dan Penyaluran Kredit.....                | 5  |
| Tabel 2.2.2.1. Kinerja Penghimpunan Dana BPR Tahun 2017 – 2021 ..... | 21 |
| Tabel 2.2.2.2. Kinerja Penyaluran Kredit BPR Tahun 2017 – 2021 ..... | 22 |
| Tabel 6.2.2 Wawancara Penyaluran Kredit .....                        | 55 |



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada sumber dari pendanaan operasional BPR terbentuk dari dana secara internal serta eksternal. Dalam sumber dana secara sendiri ataupun internal berawal dari hasil modal dengan lingkup modal disetor dari pemangku saham BPR dengan modal disetor minimumnya menyesuaikan pada ketentuan yang ada yakni OJK (Otoritas Jasa Keuangan), serta dilakukan penambahan pada besarnya cadangan serta laba yang baik pada tahun sebelumnya/ lalu serta tahun sekarang. Selanjutnya sumber dana secara eksternal BPR berawal daripada masyarakat atau dengan sebutan DPK (dana pada pihak ketiga) berupa deposito serta tabungan. Lain daripada itu, sumber dari dana secara eksternal berawal dari hasil pinjaman dengan bank lain maupun dengan pihak nonbank lainnya. Adanya sumber dari dana lain yakni simpanan sementara dari aktivitas transaksi yang masih belum terselesaikan serta dana tersebut sedang disimpan sebagai kewajiban yang segera.

Perusahaan yang hendak melaksanakan ekspansi salah satu faktor pentingnya ialah pada pendanaan yang berasal dari luar perusahaan. Namun, jika pada pihak dari manajemen tidak bersiap didalam melakukan pengolahan terhadap pinjaman tersebut nantinya akan menjadi sebuah permasalahan terhadap perusahaan diwaktu kedepannya. Berdasarkan Doni (2012), dengan bertambahnya skala hutang didalam struktur dari modal, maka akan bertambah besar juga laba yang nantinya dipakai dalam pembayaran bunga serta bertambah besar juga dari resiko terhadap keberlangsungan kegiatan perusahaan. Selain itu, hendaklah

memperhatikan apakah sesudah memperoleh pinjaman tersebut, perusahaan bisa membuat laba yang besar serta konsisten. Kegiatan perusahaan yang memiliki perkembangan baik, mampu memberi kemudahan terhadap perusahaan dalam mendapatkan pinjaman berupa dana yang berasal dari luar perusahaan atau kreditur dalam penanaman modal.

Bank menghadapi peran penting dalam dua tugas operasional yaitu, berperan didalam melakukan pengumpulan dana yang berasal dari masyarakat serta berperan pada pengalokasian dana itu ke dalam berbagai perangkat keuangan yang mampu memberi keuntungan terhadap bank. Pada fungsi pertamanya, bank bisa melaksanakan tugasnya untuk memikat minat dari masyarakat untuk melakukan penyimpanan dana mereka pada bank. Konteks tersebut berdasarkan Kishan serta Opiela (2000) Proses peningkatan simpanan dana dari masyarakat atau DPK (dana dari pihak ketiga) yang dikendalikan bank nantinya mampu menambah kemampuan terhadap bank untuk meningkatkan porsi pinjaman (kredit) ke sektor usaha.

Pengertian dari BPR atau Bank Perkreditan Rakyat ialah sebuah lembaga di bidang keuangan bank dengan melakukan penerimaan simpanan yang berbentuk tabungan, deposito dengan berjangka serta bentuk-bentuk lain yang sama serta melakukan penyaluran dana kepada lokasi yang umumnya sangat dekat dari tempat masyarakat yang memerlukan sebagai kegiatan usaha BPR. (Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia, 2016).

Otoritas Jasa Keuangan atau OJK menyebutkan bahwasannya BPR atau Bank Perkreditan Rakyat ialah bank dengan melakukan aktivitas usaha melalui cara

yang konvensional ataupun atas dasar prinsip secara syariah, pada aktivitas didalamnya tidak memberi jasa pada gerak pindah terhadap pembayaran.

Berdasarkan Hamongan serta Siregar (2009) Sebuah bank selaku lembaga dibidang keuangan mempunyai peran yang sangat penting didalam bidang perekonomian serta memiliki fungsi menjadi penghubung (*financial intermediary*) diantara pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) terhadap pihak yang membutuhkan dana (*defisit unit*). Pada masyarakat dengan kelebihan dana bisa melakukan penyimpanan dana tersebut didalam bank berbentuk deposito, tabungan, giro serta kebentuk lainnya yang memiliki persamaan sesuai dengan kebutuhan serta memiliki sebutan selaku dana dari pihak ketiga. Sedangkan masyarakat dengan kekurangan dana serta memerlukan dana bisa memajukan pinjaman maupun kredit kepada bank. (Fransisca serta Siregar, 2009)

Menurut pendapat Kasmir (2008: 61-64) Sumber dana bank bisa didapati dari masyarakat umum, bank itu sendiri serta lembaga atau institusi lain. Sumber dana dari pihak ketiga ataupun dana yang berawal dari masyarakat umum ialah dana yang sangat penting terhadap operasional sebuah bank serta menjadi standar terhadap keberhasilan suatu bank apabila dapat melakukan pembiayaan operasionalnya menggunakan sumber dana tersebut. Besarnya dana dari masyarakat yang terkumpul pun menunjukkan keyakinan masyarakat kepada bank. Dengan bertambahnya dana masyarakat yang ada di bank maka bertambah besar pula keyakinan masyarakat dalam melakukan penyimpanan uang mereka didalam bank. Begitupun sebaliknya, apabila berkurangnya dana dari masyarakat, maka semakin rendah pula kepercayaan terhadap bank tersebut.



Pengertian DPK atau dengan sebutan Dana dari pihak ketiga ialah sebuah faktor pembentuk pendapatan sebab DPK nantinya dimanifestasikan menjadi kredit atau pembiayaan. Kemudian kredit atau pembiayaan yang dimanifestasikan itu akan didapati pada tingkatan pengembalian berbentuk hasil bunga atau marjin. Selanjutnya DPK yang telah berhasil dikumpulkan oleh lembaga-lembaga pembiayaan secara syariah menunjukkan terhadap kepercayaan dari masyarakat. DPK dengan besar ataupun kecil yang telah berhasil dikumpulkan memiliki ketergantungan kepada produk penarikan dana (*Bank Funding*). Dengan bertambah menariknya sebuah produk dari simpanan yang diajukan maka nantinya bisa memberi pengaruh kepada masyarakat dalam melakukan deposit, menabung maupun menjadi nasabah giro, yang nantinya kesiapan dana dapat memenuhi dalam kegiatan pembiayaan atau kredit (*Bank Lending*). Lain dari itu dalam kaitannya pada pelayanan yang dipersembahkan untuk nasabah serta reputasi dari bank tersebut. Jika DPK berada pada kondisi seimbang, maka dengan ini nantinya dapat memberi tingkatan secara pasti mengenai keputusan pada pemberian kredit, sebab dengan bertambah besarnya suatu DPK maka ketetapan dalam pemberian kredit nantinya bertambah tinggi juga.

Kredit ialah sumber dari pendapatan yang utama untuk BPR dalam kelangsungan usaha tersebut, yang kemudian BPR perlu memperhatikan kualitas dari kredit tersebut. Ada beberapa proses yang perlu dilaksanakan nasabah sebelum lembaga sektor keuangan memberi kredit tersebut. Keperluan terhadap dana yang memiliki keamanan, mudah serta cepat menjadikan nasabah melakukan pilihan pinjaman kepada lembaga di sektor keuangan yang mempunyai prosedur ataupun

proses yang tidak sulit serta rumit. Dalam prosedur kredit ialah langkah-langkah yang wajib terpenuhi oleh seorang nasabah untuk penyaluran kredit. (Hasibuan, 2011:67).

PT. Bank Perkreditan Rakyat Catur Artha Jaya Kudus (PT. BPR Catur Artha Jaya Kudus) mengumpulkan dana dengan berbentuk simpanan, kredit, serta ikut berkompetensi mengejar para nasabah dalam kondisi perbankan. Pada kegiatan serta fungsinya maka dalam mengelola jasa bank intinya ialah menghimpun dana serta melakukan pengelolaan terhadap dana dengan harapan pada penghimpunan dana itu bisa dilaksanakan penawaran terhadap produk simpanan yang tersedia di PT. BPR Catur Artha Jaya semacam deposito serta tabungan. Tabungan Bagi Masyarakat menengah ke bawah ialah produk yang sangat digemari di PT. BPR Catur Artha Jaya sebab pada proses penarikan bisa dilaksanakan kapan saja, sementara itu masyarakat dalam tingkatan menengah ke atas lebih mengarah kepada mengumpulkan dana memakai deposito.

| Tahun | Dana Pihak Ketiga | Penyaluran Kredit | Rasio |
|-------|-------------------|-------------------|-------|
| 2017  | 229.688.861       | 186.688.701       | 81%   |
| 2018  | 233.141.804       | 188.704.114       | 80%   |
| 2019  | 225.821.383       | 202.320.427       | 89%   |
| 2020  | 290.967.504       | 225.804.519       | 77%   |
| 2021  | 316.051.536       | 234.344.408       | 74%   |

*Sumber: Laporan Keuangan PT. BPR Catur Artha Jaya*

**Tabel 1.1 Data Dana Pihak Ketiga dan Penyaluran Kredit**

### **Pada PT. BPR Catur Artha Jaya**

BPR dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada dana dari pihak ketiga dan kredit yang di salurkan ke masyarakat yang tidak seimbang dengan penghimpunan dana di BPR Catur Artha Jaya. Hal tersebut menjadi ulasan bagi BPR yang perlu mengoptimalkan dalam pengelolaan dana pihak ketiga yang masuk dan juga pengeluaran dana tersebut, dan juga bpr memasarkan produknya lebih luas kepada masyarakat terutama para pelaku UMKM.

Pada aktivitas penghimpunan dana, PT. BPR Catur Artha Jaya mengadakan sistem yakni “Tabungan Junior” yaitu tabungan khusus usia pelajar. Selain Tabungan Junior PT. BPR Catur Artha Jaya juga menyediakan “Tabungan Catur Maxi”. Tabungan Catur Maxi merupakan produk dari BPR Catur Artha Jaya yang diberikan kepada masyarakat secara umum yang memiliki suku bunga rendah. Lain dari itu, setiap satu kali dalam setahun dilaksanakan undian bagi yang mempunyai Tabungan Catur Maxi sebagai hadiah utamanya motor.

Suku bunga pinjaman PT. BPR Catur Artha Jaya sangat kompetitif dibandingkan dengan lembaga perbankan sejenis. Tingginya suku bunga pinjaman di PT. BPR Catur Artha Jaya mengakibatkan masyarakat kurang tertarik untuk meminjam pada perusahaan. Bunga pemberian kredit reguler juga merupakan hal yang paling sering dilihat pelanggan saat mengambil keputusan peminjaman. Menawarkan biaya tinggi membuat pelanggan enggan meminjam. Oleh karena itu, biaya harus dipertimbangkan secara serius agar pelanggan dapat menyewa saat mereka membutuhkannya. Berdasarkan (Mankiw, 2003:62) bunga dari kredit dibebankan pada mereka yang hendak melakukan pinjaman uang dari bank. Tingkat

bunga pinjaman ini bervariasi tergantung daripada jenis pinjaman yang diinginkan. Dengan bertambah tingginya suku bunga pinjaman dari masyarakat, sehingga bertambah rendah pula minat dari masyarakat dalam melakukan pinjaman.

Kegagalan pemberian kredit terhadap BPR sejauh ini membuktikan bahwasannya pemicu utama ialah lemahnya pengelolaan kredit selain faktor eksternal yang disebabkan oleh nasabah yang nakal, kegagalan usahanya, serta tidak ditemukannya lokasi dari nasabah yang memiliki sangkutan. Semakin ketatnya persaingan yang ditemui dalam perbankan saat ini, menjadikan lingkungan pada perbankan berisiko tinggi untuk memberikan kredit serta nasabah yang berhak mendapatkan kredit terbatas.

Sejumlah manajemen dari bank memilih strategi, diantaranya melakukan konsentrasi terhadap pangsa pasar spesifik yang sudah dikenal pasar, dengan spesialisasi pemberian kredit pada sektor/subsektor ekonomi secara spesifik tepat pada keahlian dari bank; ataupun dengan memberi Batasan pertumbuhan penyaluran kredit sehingga tidak dikenakan keharusan penambahan modal akibat penambahan aset. Tetapi terdapat bank dengan menganggap dalam pemberian kredit ialah bagian yang paling utama dalam bertahan untuk keberlangsungan hidupnya, dengan gencar menemukan nasabah baru dalam melakukan kredit konsume serta kredit secara komersial, yakni kredit pada modal kerja serta kredit pada investasi.

Strategi promosi yang dilakukan PT. BPR Catur Artha Jaya masih kurang maksimal yang dikarenakan banyaknya persaingan di bidang perbankan. Strategi dalam promosi ialah cara mempublikasikan produk dari bank untuk masyarakat

sehingga nantinya masyarakat memiliki ketertarikan pada produk bank tersebut. Pada promosi dimaksudkan dalam memberi informasi, mengingatkan serta membujuk nasabah terkait produk dari perbankan serta bauran pemasaran mereka. Adanya pemasaran tersebut dengan harapan produk yang baru diluncurkan bank bisa diterima dengan baik kepada masyarakat.

## **1.2. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran yang tepat bagi perusahaan dalam mengambil tindakan yang tepat sesuai dengan teori yang ada dalam manajemen, yaitu :

1. Mendeskripsikan proses dana pihak ketiga ada di PT. BPR Catur Artha Jaya
2. Mendeskripsikan penyaluran kredit pada PT. BPR Catur Artha Jaya
3. Mendeskripsikan promosi pada PT. BPR Catur Artha Jaya
4. Melakukan perbandingan studi komperatif terhadap permasalahan yang ada di perusahaan dengan teori yang ada.

## **1.3. Sistematika Penulisan Skripsi**

Agar pembahasan dalam penulisan tidak mengambang dan lebih terarah, penulis membatasi masalah sesuai dengan judul yang telah diutarakan. Sebagai acuan maka penulis menentukan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **1. BAB I Pendahuluan**

Menjelaskan secara umum tentang latar belakang dari pemilihan topik permasalahan yang dipilih sesuai dengan topik penulisan serta

menguraikan apa yang menjadi tujuan dari penulisan business case report dan juga menjelaskan tentang sistematika business case report.

a. Latar Belakang

Menguraikan alasan dari pemilihan topik yang dipilih berdasarkan permasalahan atau keunikan perusahaan.

b. Tujuan Magang

Menjelaskan hal-hal yang akan diuraikan dalam bab analisis.

c. Sistematika Business Case Report Magang MB-KM

Menguraikan bab dan sub-bab dalam laporan magang.

2. BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang

Menguraikan profil organisasi tempat magang dan menjelaskan kegiatan yang dilakukan selama proses magang.

a. Profil Organisasi

i. Gambaran Umum Perusahaan

Menggambarkan dan mengenalkan organisasi tempat magang.

ii. Visi – Misi Organisasi

Menyebutkan visi dan misi organisasi tempat magang.

iii. Struktur Organisasi

Menggambarkan struktur organisasi tempat magang.

iv. Peraturan Organisasi

Memberikan penjelasan tentang peraturan yang berlaku di tempat magang.

b. Aktivitas Magang

Menguraikan seluruh kegiatan yang dilakukan selama periode magang.

3. BAB III Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah yang muncul dan memilih beberapa masalah yang penting untuk dipecahkan.

4. BAB IV Kajian Pustaka

Menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas masalah yang dipilih.

5. BAB V Metoda Pengumpulan dan Analisis Data

Menguraikan cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data yang di butuhkan dan menganalisis data yang di dapatkan.



## **BAB II**

### **PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG**

#### **2.1 Profil Organisasi**

##### **2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

Perusahaan ini pada tahun 2005 sudah berdiri berdasarkan izin dari keputusan Gubernur Bank Indonesia dengan Nomor 6/86/KEP.GBI/2004 pada tanggal 25 november tahun 2004 dengan legalitas usahanya yakni Akta Notaris dengan Nomor 33 pada tanggal 29 april tahun 2004 serta Akta Perubahan dengan Nomor 4 pada tanggal 9 juni tahun 2004 oleh Notaris Sri Ratnaningsih Hardjomuljo, SH, serta Akta Perubahannya yang paling terakhir ialah tahun 2011. Proses pengesahan AD/ART dari keputusan Menteri Kehakiman serta Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Nomor C-19573 HT.01.01TH.2004 serta perubahannya pada Nomor AHU 29600.AH.01.02 pada tahun 2009. Pada BPR didalam industri sektor perbankan selalu melakukan peningkatan pelayanan terhadap nasabah. Dalam fokus aktivitas usaha di bidang UMKM pada wilayah kabupaten kodus terus dilakukan. Layanan yang diberikan seperti produk kredit serta simpanan semakin efiesien serta efektif dengan adanya dukungan dari jaringan yang berasal dari kantor dengan tujuan melakukan pendekatan diri pada nasabah.

Dalam melakukan peningkatan dalam pengumpulan dana yang berasal dari masyarakat serta penyaluran dari kredit di tahun 2011 BPR



sudah meningkatkan dana lewat berbagai produk didalam produk berbentuk Deposito serta Tabungan. Produk yang berbentuk tabungan antara lain ialah Tabungan Catur Berhadiah, Tabungan Catur Amanah, Tabungan Catur, Tabungan Catur Prioritas serta Tabunganku (program yang berasal dari pemerintah) Sedangkan dalam produk yang berbentuk Deposito yakni Deposito Catur. Proses penyaluran dana BPR Catur Artha Jaya mempunyai produk kredit sebagai modal kerja ataupun konsumsi kredit rekening koran serta kredit musiman dengan suku bunganya yang bersaing serta terjangkau. Kami menjaga perkembangan terhadap bank dengan melakukan pengelolaan yang efektif serta baik, tepat dengan suku bunga yang bersaing serta sangat terjangkau.

### 2.1.2 Visi dan Misi Organisasi

a) VISI :

- Menjadi Bank Perkreditan Rakyat yang terpercaya, sehat dan profesional.

b) MISI :

- Melindungi dan melayani seluruh pemangku kepentingan dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, serta nilai-nilai etika yang berlaku umum pada perbankan melalui penerapan kebijakan tata kelola perusahaan yang baik;

- Penyempurnaan sistem informasi dan teknologi yang akan memberikan informasi secara cepat dan akurat didalam proses pengambilan keputusan;
- Menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan segmen pasar;
- Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan proses yang mudah dan cepat dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian, asas perbankan yang sehat dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### 2.1.3 Produk PT BPR Catur Artha Jaya

- **Tabungan**

- Tabungan MAXI

Ialah simpanan yang berasal dari pihak ketiga kepada bank menggunakan sistem setoran secara rutin disetiap bulannya selama 12 bulan. Keuntungan yang diperoleh adalah hadiah Doorprize berupa barang-barang elektronik atau sejenisnya, pada akhir periode akan di lakukan pengundian doorprize berupa kendaraan bermotor.

- Tabungan Catur Reguler

Merupakan tabungan yang dapat memenuhi segala transaksi keuangan yang dapat diambil sewaktu-waktu yang berbunga 2% per bulan.

- Tabungan Catur Prioritas

Merupakan produk untuk mereka yang memahami arti penting dari suatu simpanan yang lebih menguntungkan serta menikmati suku bunga yang lebih tinggi jika dilakukan perbandingan dengan suku bunga tabungan biasa. Bunga tabungan sebesar 5,25% per tahun. Dengan setoran pada awalnya sejumlah Rp. 500.000 untuk setoran pada selanjutnya dengan minimal sebesar Rp.100.000 dan saldo mengendap dengan minimal sejumlah Rp. 100.000,-. Keuntungan yang diperoleh antara lain adalah mendapatkan fasilitas free (bebas biaya) selama 6 bulan pertama berupa autodebet pembayaran Listrik PLN, Telepon Telkom, Pembelian Pulsa.

– Tabungan Catur Rencana

Tabungan Catur Rencana merupakan produk tabungan berjangka PT . BPR Catur Artha Jaya yang merupakan jenis tabungan dengan setoran pada tabungan dengan rutin dilakukan pembayaran di setiap bulannya dengan jangka waktu yang ditentukan sesuai pada target dana yang telah di rencanakan sebelumnya. Bunga tabungan sebesar 5,25% per tahun. Jangka dari waktu kepesertaan minimal dalam 2 tahun (24 bulan) dan maksimal dalam 5 tahun (60 bulan). Program Tabungan Catur Rencana sebagai berikut :

- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 50.000,-
- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 75.000,-
- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 100.000,-
- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 250.000,-

- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 500.000,-
- Program setor setiap bulan sebesar Rp. 1.000.000,-

– Tabungan Catur Amanah

Tabungan Amanah merupakan produk tabungan yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan memiliki beberapa keuntungan. Keuntungan - keuntungan yang diperoleh antara lain bebas biaya administrasi, bunga tabungan sebesar 4,75 % per tahun (bunga sewaktu - waktu dapat berubah), dapat dijadikan jaminan kredit.

– Tabungan Catur Junior

Salah satu dari jenis produk tabungan PT.BPR Catur Artha Jaya yang ditujukan untuk pelajar TK sampai SMA tanpa adanya biaya administrasi untuk bank. Sejak dini, penerapan budaya menabung sangatlah penting sehingga nantinya mampu melakukan pendidikan bagi anak dalam mengendalikan diri terhadap sikap konsumtif dan belajar guna bisa berbelanja dengan uang yang dipunyai dengan cara bijak. Dengan bunga tabungan sebesar 5 % per tahun.

– Tabungan Sempel

Merupakan rekening yang bekerjasama antar bank kepada sekolah. Kerjasama ini berbentuk menyesuaikan pada peraturan bank masing-masing. Dalam proses penyetoran, transaksi penarikan serta perpindahan buku pelayanan bisa dilakukan di sekolah serta seluruh channel dari bank tersebut sesuai peraturan bank masing-masing.

– Tabungan Ku

Ialah program berupa tabungan yang diterbitkan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang ditujukan bagi perorangan menggunakan persyaratan yang ringan serta mudah yang dikeluarkan dengan cara bersamaan diseluruh bank Indonesia untuk mewujudkan sikap kepedulian terhadap sosial dibidang perbankan dalam pemenuhan kebutuhan dari masyarakat terhadap produk berupa tabungan dan untuk meningkatkan budaya dalam menabung dan melakukan peningkatan kesejahteraan terhadap masyarakat. Dengan bunga 4% pada per tahun dihitung secara harian dan dibayarkan setiap akhir bulan.

- **Kredit**

- Kredit Angsuran

Kredit Angsuran adalah jenis kredit yang dipakai dalam pemenuhan kebutuhan baik untuk modal dalam kerja, konsumtif, maupun investasi dengan cara membayar angsuran disetiap bulannya hingga lunas. Dengan suku bunga dimulai dengan 0,75%/ bulannya.

- Kredit Musiman/Berjangka

Kredit Musiman adalah kredit dalam pemenuhan kebutuhan terhadap modal kerja pada jangka pendek. Penggunaan kredit untuk modal dalam kerja serta jangka waktunya dengan maksimal pada 12 bulan yang memiliki suku bunga 1,6% bulannya..

- Kredit KPR dan Renovasi Rumah

Kredit yang diperuntukkan untuk pembelian lahan, rumah atau untuk merenovasi rumah. Dengan suku bunga 1,6% per bulan.

– Kredit Koran

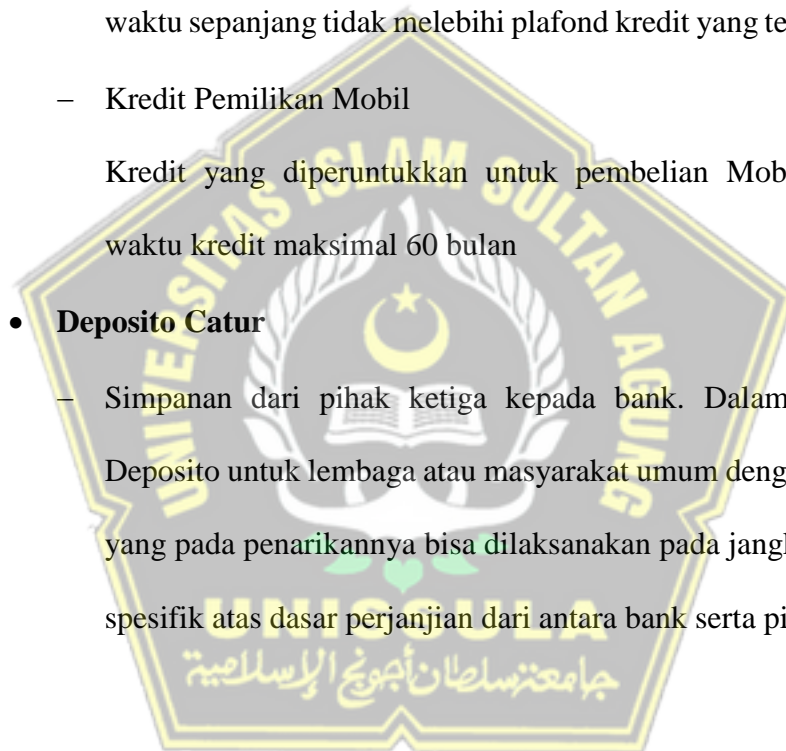
Pengertian PRK atau yang disebut Pinjaman Rekening Koran ialah fasilitas kredit untuk kebutuhan modal dalam kerja menggunakan sistem penarikan dan sistem setorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu sepanjang tidak melebihi plafond kredit yang telah disepakati.

– Kredit Pemilikan Mobil

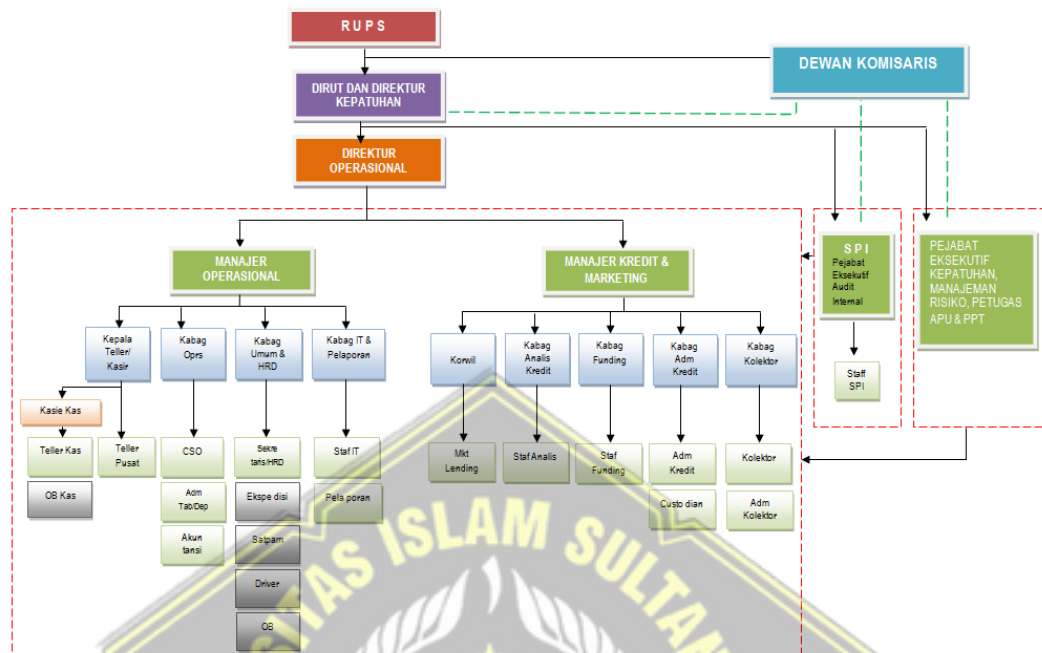
Kredit yang diperuntukkan untuk pembelian Mobil dan jangka waktu kredit maksimal 60 bulan

• **Deposito Catur**

- Simpanan dari pihak ketiga kepada bank. Dalam menawarkan Deposito untuk lembaga atau masyarakat umum dengan suku bunga yang pada penarikannya bisa dilaksanakan pada jangka waktu yang spesifik atas dasar perjanjian dari antara bank serta pihak ketiga.



### 2.1.4 Struktur Organisasi PT. BPR Catur Artha Jaya



Gambar 2.1. Struktur Organisasi

## 2.2 Aktivitas Magang

### 2.2.1. Deskripsi Kegiatan Magang

Pelaksanaan magang MB-KM di PT. BPR Catur Artha Jaya yang berlangsung selama 4 bulan, di mulai pada tanggal 7 Maret 2022 – 24 Juni 2022. Berikut ini jadwal kegiatan magang di PT. BPR Catur Artha Jaya sebagai berikut

- Hari kerja PT. BPR Catur Artha Jaya adalah hari senin - jumat
- a. Masuk pada pukul 08.00 WIB
- b. Istirahat pukul 12.00 – 13.00 WIB
- c. Pulang pada pukul 16.30 WIB

### 2.2.2. Penjelasan Kegiatan Magang di BPR Catur Artha Jaya

- Pada hari Senin, tanggal 7 Maret 2022 Kegiatan dalam magang ini dimulai. Pada awal hari pertama, saya dan seluruh karyawan diterima oleh HRD BPR Catur Artha Jaya. Dalam proses pengenalan, HRD memberikan penjelasan apa saja yang akan saya kerjakan pada saat kegiatan magang berlangsung.
- Pada tanggal 7 Maret - 25 Maret 2022 saya ditempatkan di **HRD dan sekretaris direksi** mendapatkan tugas membantu HRD seperti mendata karyawan yang permohonan cuti, membuat undangan undian untuk tabungan berhadiah menginventarisasi surat masuk dan keluar perbarindo, mendata pelatihan karyawan 2021, menginventarisasi surat masuk dan keluar OJK.
- Pada tanggal 24 Maret - 14 April 2022 saya ditempatkan di **Akuntansi** mendapatkan tugas membantu admin pelaporan keuangan perusahaan seperti pendataan jurnal akuntansi pada nota debit dan kredit, serta saya juga melakukan bimbingan dengan manajer operasional mengenai permasalahan yang ada di perusahaan.
- Pada tanggal 18 April - 28 April 2022 saya ditempatkan di **Customer Service** mendapatkan tugas membantu karyawan Customer Service seperti mendata kelengkapan dokumen APU PPT, mendata surat perpanjangan deposito dan aplikasi pembukaan rekening nasabah.



- Pada tanggal 9 Mei - 20 Mei 2022 saya ditempatkan di **Marketing Kredit** tugas memahami prosedur kredit dan pemasarannya seperti mengetahui segala dokumen yang dibutuhkan untuk pengajuan kredit, memahami cara analisa yang baik terhadap nasabah, memahami cara menyelesaikan kredit bermasalah nasabah, memahami kegiatan penagihan angsuran kredit nasabah. Hal tersebut membuat saya belajar bagaimana cara prosedur pemberian kredit dengan baik.
- Pada tanggal 23 Mei - 3 Juni 2022 saya ditempatkan di **Marketing Dana** mendapatkan tugas membantu memasarkan produk tabungan ke berbagai tempat seperti mendatangi ke rumah warga sekitar untuk nasabah yang menabung, mendatangi ke para UMKM untuk nasabah yang menabung, mendatangi pasar untuk nasabah yang menabung. Hal tersebut membuat saya belajar bagaimana cara memasarkan produk dari perusahaan dengan benar.
- Pada tanggal 6 Juni - 10 Juni 2022 saya ditempatkan di **Administrasi Kredit** mendapatkan tugas membantu dalam kelengkapan prosedur kredit seperti menolong nasabah didalam melakukan pengisian serta kelengkapan terhadap berkas kredit serta melakukan persiapan terhadap kelengkapan berkas untuk kredit sebagai pengikatan jaminan kredit. Hal tersebut membuat saya belajar kelengkapan prosedur kredit sangat penting bagi perusahaan yang harus dilengkapi oleh nasabah.
- Pada tanggal 13 Juni - 24 Juni 2022 saya ditempatkan di **Administrasi Penagihan** mendapatkan tugas membantu dalam prosedur penagihan

seperti pengarsipan surat kewajiban bunga dan biaya administrasi nasabah, melengkapi data debitur yang akan ditujukan ke pengadilan dan memahami hasil survey penagihan nasabah. Hal tersebut membuat saya belajar bagaimana prosedur untuk menghadapi nasabah yang sulit membayar tagihan.

### 2.2.2.1 Dana Pihak Ketiga pada BPR Catur Artha Jaya

| Sumber Dana         | Periode     |             |             |             |             |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                     | 2017        | 2018        | 2019        | 2020        | 2021        |
| Deposito            | 204,578,787 | 202,670,422 | 192,264,385 | 202,670,422 | 202,670,422 |
| Tabungan            | 25,110,074  | 30,471,382  | 33,556,998  | 36,989,705  | 43,045,780  |
| Jumlah              | 229.688.861 | 233.141.804 | 225.821.383 | 290.967.504 | 316.051.536 |
| Pertumbuhan (Angka) |             | 3.452.943   | - 7.320.421 | 65.146.121  | 25.084.032  |
| Pertumbuhan         |             | 1,5%        | - 3,1%      | 28,8%       | 8,6%        |

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia Otoritas Jasa Keuangan

**Tabel 2.2.2.1. Kinerja Penghimpunan Dana BPR Tahun 2017 – 2021**

Menurut data tersebut, terlihat bahwasannya penghimpunan dana BPR sejauh ini berasal dari dana masyarakat ataupun dana dari pihak ketiga yakni seperti Tabungan serta Deposito. Deposito secara berjangka pada BPR ialah simpanan masyarakat dengan jangka waktu dari 1 bulan hingga 12 bulan. Kemudian tabungan ialah simpanan dari masyarakat yang dapat ditarik sewaktu-waktu. Sumber dari eksternal terhadap penghimpunan dana

BPR dengan jumlah dana beserta semua trendnya tersebut mendapati peningkatan dari tahun 2017 hingga pada tahun 2021, namun mengalami penurunan di tahun 2019. Ditahun 2017 jumlah dana sebanyak Rp 229.688.861, tahun 2018 sebesar Rp 233.141.804, tahun 2019 sebesar Rp. 225.821.383, tahun 2020 sebesar Rp 290.967.504, dan di tahun 2021 jumlah dana yang bisa digabungkan sebanyak Rp 316.051.536.

Perkembangan kinerja terhadap penghimpunan dana BPR beserta trendnya mengarah tidak stabil. Pada tahun 2017 jika dibandingkan pada penghimpunan dana pada tahun 2018 berkembang sejumlah 1,5%, sedangkan di tahun 2019 jika dibandingkan penghimpunan dana di tahun 2018 terjadi penurunan sumber dana yang menjadi negatif 3,1%, di tahun 2020 jika dibandingkan pada penghimpunan dana di tahun 2019 memiliki pertumbuhan naik sejumlah 28,8%. Terjadinya penurunan angka pertumbuhan dana secara seluruhnya di tahun 2019 dikarenakan faktor dari berkurangnya pertumbuhan terhadap dana dari pihak ketiga dalam deposito secara berjangka. Penghimpunan dana pihak ketiga tabungan, pada 2019 turun menjadi negatif 3,1% jika dibandingkan di tahun 2018 dengan hal tersebut dapat menjadi faktor dari penarikan oleh nasabah.

Menurut data diatas membuktikan bahwasannya tingkatan keyakinan masyarakat terhadap BPR mengalami peningkatan, yang membuat masyarakat bersedia untuk melakukan penyimpanan dana mereka pada BPR. Apabila tabungan didapati terjadinya penurunan dapat dikarenakan terdapat penarikan berupa dana yang besar. Keadaan tersebut

membuktikan bahwasannya fungsi intermediasi terhadap BPR bertambah baik sebab struktur dana terhadap BPR yang berasal dari masyarakat ataupun dana dari pihak ketiga BPR memakai dana yang berasal dari pinjaman yang diterima dari dana yang dikumpulkan.

Menurut penjelasan mengenai penghimpunan dana terhadap BPR sejak tahun 2017 hingga 2021, bisa dilakukan penjelasan bahwasannya operasional dari BPR bersumber dari dana yang mayoritas berawal dari masyarakat ataupun dana dari pihak ketiga. Pada fungsi intermediasi antara BPR kepada pemilik dana bertambah baik, dalam hal tersebut dikarenakan peningkatan rasa kepercayaan dari masyarakat terhadap BPR, kemudian dana nasabah diberi jaminan oleh LPS serta BPR mempunyai produk dana yang sangat menarik, dan pelayanan BPR yang bertambah baik. Hambatan didalam bidang IT tentunya jadi catatan sendiri, tetapi BPR mempunyai kekuatan didalam memberi pelayanan yang terbaik lewat kualitas pelayanan secara personal dari semua SDM yang sangat kompeten.

#### **2.2.2.2 Penyaluran Kredit pada BPR Catur Artha Jaya**

Mengingat kredit merupakan aset utama BPR dan memiliki risiko yang besar, maka dari itu setiap BPR wajib melakukan penerapan manajemen terhadap resiko secara baik. BPR perlu mempunyai peraturan perkreditan, antara lain menyediakan proses pemberian kredit secara kehati-hatian, menerapkan proses analisis, pemantauan dan pendampingan nasabah secara konsisten, serta pemantauan kredit dengan cara konsisten. Dengan adanya

hal tersebut dilaksanakan sehingga kredit yang beri akan terseleksi secara baik agar kredit yang memiliki masalah yang membuat rigi BPR bisa dilakukan pencegahan dari awal. Dalam melaksanakan proses kredit tersebut dengan cara yang benar tepat dengan peraturan serta regulasi yang ada, maka BPR nantinya mendapatkan peningkatan terhadap pendapatan profit usaha serta bunga. Keadaan tersebut tentu memiliki dampak positif kepada tingkatan pelayanan terhadap seluruh nasabah, ini termasuk pada penyedia likuditas dalam melakukan pembayaran wajib untuk nasabah yang melakukan penyimpanan dalam BPR. Pembayaran kewajiban serta pelayanan yang baik memiliki dampak dalam peningkatan keyakinan nasabah dalam melakukan penyimpanan dana serta efeknya jumlah dana tersebut mengalami peningkatan, yang kemudian menjadi sebuah peluang dalam penyaluran kredit juga bertambah besar.

Untuk mengetahui kinerja penyaluran kredit selama tahun 2017 sampai dengan 2021 dapat dijelaskan sebagai berikut:

| Penggunaan Dana       | Periode     |             |             |             |             |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                       | 2017        | 2018        | 2019        | 2020        | 2021        |
| Kredit yang diberikan | 186.688.701 | 188.704.114 | 202.320.427 | 225.804.519 | 234.344.408 |
| Pertumbuhan (Angka)   |             | 2.015.413   | 13.616.313  | 23.484.092  | 8.539.889   |
| Pertumbuhan           |             | 1%          | 7,2%        | 11,6%       | 3,7%        |

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia Otoritas Jasa Keuangan

**Tabel 2.2.2.2. Kinerja Penyaluran Kredit BPR**

### **Tahun 2017 – 2021**

Menurut tabel penjelasan tersebut bisa dijelaskan bahwasannya jumlah terhadap penyaluran kredit pada BPR disetiap tahun trendnya selalu menghadapi siklus yang tidak stabil. Perkembangannya menurun sedikit dari tahun 2018 hingga tahun 2019. Ditahun 2020 penyaluran kredit tumbuh 4% dibanding tahun 2019, namun mengalami penurunan di tahun 2021 sebanyak 9% dibandingkan 2020. Setiap BPR mempunyai kesempatan dalam melakukan peningkatan terhadap penyaluran kreditnya dengan cara yang sehat.

Secara umum, BPR memberikan penyaluran kredit dalam kepentingan modal dalam kerja, investasi serta konsumtif. guna dapat melaksanakan menyalurkan kredit, BPR mempunyai trik yang mendorong masyarakat untuk ketersediaannya menjadi nasabah BPR. Setiap BPR mempunyai produk kredit yang diperlukan masyarakat berupa sebagai penambahan modal dalam usaha kecil dalam bidang jasa atau perdagangan, apalagi BPR yang berada didaerah pun menyalurkan kredit didalam bidang konsumtif semacam kredit untuk renovasi rumah, kredit terhadap kepemilikan rumah, kredit terhadap pembelian kendaraan serta kredit bidang pendidikan. Kredit dalam konsumtif menolong masyarakat yang keadaannya sangat mendesak pada sumber dari penghasilan usaha ataupun gaji yang lain. Lain dari itu BPR pun memberi Kredit secara investasi kecil dalam melakukan pengembangan terhadap tempat usaha ataupun pembelian terhadap kendaraan operasional usaha. Pada proses di kredit BPR termasuk

cepat dan proses yang nyaman yang kemudian menjadi pengajuan yang mudah untuk diselesaikan.



## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

#### **3.1 Masalah Teridentifikasi**

Pengertian dari BPR (Bank Perkreditan Rakyat) ialah sebuah lembaga di bidang keuangan perbankan dengan mempunyai fungsi perantara kepada kepentingan utama dalam mengumpulkan dana terhadap simpanan yang berasal dari masyarakat, yakni seperti tabungan keuangan serta deposito secara berjangka, Selanjutnya penyaluran dana itu untuk masyarakat umum dengan berbentuk penyaluran secara kredit. Semakin bertambah berkembangnya penyaluran secara kredit di BPR terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi perusahaan.

Saat melakukan wawancara dengan manajer operasional, yang menjelaskan bahwa BPR pada pasar kredit secara mikro serta kecil menjadi kompetitor pada bank umum memberikan efek terdapatnya tekanan kepada daya saing bagi pelaku bisnis lama didalam pasar akibat BPR yang masuk kedalam pasar kredit dengan memberi tekanan terhadap daya saing pada bank umum sebab pasar jadi lebih bersifat kompetitif. Sehingga perusahaan untuk lebih gencar dalam mempromosikan produknya.

Selain masalah yang dijelaskan sebelumnya, identifikasi masalah yang dihadapi BPR Catur Artha Jaya selama kegiatan magang yang sudah dijalankan dan sesuai dengan pengamatan dilapangan. Berikut adalah temuan masalah yang dapat dijelaskan dalam masing-masing unit di perusahaan.



| No. | Unit                           | Sumber masalah   |
|-----|--------------------------------|--|
| 1.  | Manajemen operasional          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teller yang lambat membuat antrian yang panjang pada nasabah</li> <li>2. Customer service yang masih kurang memuaskan karena terkadang melayani nasabah tidak sabar</li> <li>3. Kurangnya pelatihan pada karyawan baru yang menyebabkan karyawan baru harus bertanya-tanya kepada karyawan lama.</li> <li>4. Memberikan program pelatihan diluar kemampuan atau apa yang dibutuhkan oleh para karyawan yang mengakibatkan para karyawan tersebut tidak akan mengerti dan materi yang diberikan pun hasilnya jadi tidak maksimal.</li> <li>5. Banyaknya dana yang tertimbun dari masyarakat di perusahaan mengakibatkan perusahaan tidak mendapatkan laba</li> </ol>  |
| 2.  | Manajemen Kredit dan Marketing | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering terjadi salah paham nasabah dengan pegawai (AO) terkait pelunasan kredit</li> <li>2. Pegawai yang malas untuk mempromosikan produk di UMKM</li> <li>3. Proses kredit yang lama menyebabkan nasabah enggan terhadap perusahaan</li> <li>4. Mempertahankan loyalitas nasabah yang menjadi kesulitan bagi BPR Catur Artha Jaya</li> <li>5. Marketing dana dengan nasabah yang ingin menabung tetapi bukti penyetoran tidak langsung diserahkan kepada nasabah.</li> <li>6. Marketing kredit yang tidak memenuhi target menyebabkan tidak seimbangnya pengelolaan dana masuk dan dana keluar perusahaan.</li> <li>7. Pembayaran angsuran yang semakin tidak tepat menimbulkan kualitas kredit semakin buruk bahkan terjadi kredit macet sehingga meningkatkan angka Non- Performing Loan.</li> <li><b>8. Banyaknya dana yang tertimbun dari masyarakat di perusahaan mengakibatkan perusahaan tidak mendapatkan laba</b></li> </ol> |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | <b>Kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan</b> |
|--|--|---|

### 3.2 Temuan Masalah Penting

Permasalahan yang sudah teridentifikasi diatas terdapat masalah penting dari identifikasi masalah yang perlu dibahas lebih lanjut. Masalah tersebut terdapat pada unit manajemen operasional. manajemen penjualan menjadi inti dari berjalannya suatu perusahaan untuk mendapatkan laba.

Penulis telah memilih beberapa masalah manajemen penjualan yang menarik sebagai topik penting untuk dibahas. Masalah dalam kurangnya penyaluran kredit yang dilakukan perusahaan mengakibatkan perusahaan memiliki dana tertimbun daripada masyarakat.

Dana dari pihak ketiga yang berlebih pada perusahaan menyebabkan perusahaan tidak bisa membayar bunga dari dana pihak ketiga apabila dana itu tidak tersalurkan kepada masyarakat dengan berbentuk secara kredit. Menurut Doni (2012), dengan bertambah tingginya skala hutang pada struktur modal, bertambah besar juga keuntungan yang dipakai dalam melakukan pembayaran bunga serta bertambah besar pula resiko terhadap keberlangsungan operasi perusahaan tersebut. Selain itu perlu juga diperhatikan apakah setelah meminjam modal usaha tersebut mempunyai keahlian dalam menciptakan keuntungan dengan tetap efektif serta lebih besar.

Masalah yang terjadi di perusahaan adalah kesadaran merek terhadap produk BPR Catur Artha Jaya yang masih minim. Sebagian masyarakat belum mengetahui produk perusahaan karena kurangnya promosi yang dilakukan

perusahaan. Meskipun kesadaran merek berpengaruh terhadap pembelian ulang, hal ini berdampak pada munculnya loyalitas konsumen. Salah satu penyebab kurangnya kesadaran ini adalah kurangnya promosi ke masyarakat. Dengan demikian, dibutuhkan tahapan-tahapan dengan sesuai guna meningkatkan penyaluran kredit melalui promosi.



## **BAB IV**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Pengertian dari BPR (Bank Perkreditan Rakyat) ialah sebuah lembaga di bidang keuangan perbankan dengan mempunyai fungsi perantara kepada kepentingan utama dalam mengumpulkan dana terhadap simpanan yang berasal dari masyarakat, yakni seperti tabungan keuangan serta deposito secara berjangka, Selanjutnya penyaluran dana itu untuk masyarakat umum dengan berbentuk penyaluran secara kredit. Semakin bertambah berkembangnya penyaluran terhadap kredit di BPR menggunakan gaya modal dalam kerja, pendanaan serta pelayanan konsumtif untuk masyarakat umum, Dengan ini keperluan anggaran guna kesiapan likuiditas terhadap operasional di BPR pun bertambah besar.

Selanjutnya Basuki (2017) mengatakan bahwasannya masyarakat banyak yang menempatkan harapan mereka terhadap bank sehingga nantinya bank bisa menjadi tempat aman dalam melakukan penyimpanan dana yang bermula dari badan pemerintahan, perusahaan, perorangan ataupun swasta.

Dana yang digabungkan dari masyarakat ataupun daripada pihak lainnya atau dengan sebutan DPK (Dana dari pihak ketiga). Pada dana tersebut merupakan sebagian sumber dana yang terbesar yang bisa dipercayakan oleh sebuah bank. Dengan bertumbuhnya DPK tersebut, sehingga nantinya semakin bertambah banyak dalam kredit yang tersalurkan yang kemudian perkembangan kredit juga akan bertambah meningkat. Sebagai unsur yang memiliki peran penting didalam mengembangkan UMKM yaitu BPR. Pada sasaran nasabah BPR antara lain melakukan pelayanan terhadap keperluan petani, nelayan, peternak, pengusaha

kecil, pedagang, pensiunan serta pegawai. Suatu perkreditan ialah aktivitas penting untuk BPR karena kredit adalah sumber pendapatan untuk bank.

#### **4.1. Dana Pihak Ketiga**

Kegiatan pada bank tidak lepas dari terdapatnya DPK. Pada DPK tersebut ialah dana yang bermula daripada masyarakat secara umum yang menjadi sumber sangat penting dalam aktivitas operasional di bank serta menjadi standar dalam keberhasilan sebuah bank jika bank bisa melakukan penanggungungan biaya terhadap operasi dari sumber dana tersebut (Kasmir, 2017). Apabila dana dari pihak ketiga tersebut mendapati pertumbuhan maka suatu bank memiliki sebuah kesempatan besar dalam memperoleh keuntungan yang sangat tinggi. Oleh karena itu, DPK diperhitungkan memiliki ikatan positif kepada profitabilitas (Parenrengi dan Hendratni, 2018).

Didalam mengukur kinerja sebuah bank bisa terlihat pada likuiditas bank tersebut. Perhitungan rasio keuangan melakukan pengukuran tingkatan likuiditas bank dengan memakai rasio *loan to deposit ratio* (LDR) yang menjadi patokan perhitungan terhadap likuiditas bank menggunakan perbandingan jumlah kredit yang diberi dengan jumlah DPK.

Berdasarkan Ismail (2014) bahwa DPK umumnya terkenal dengan dana dari masyarakat ialah dana yang digabungkan dari bank yang bermula dari masyarakat secara umum, melingkupi masyarakat, individu ataupun badan usaha. Selanjutnya DPK ialah sumber dana penting pada aktivitas operasional pada bank serta jadi sebuah titik ukur pada bank didalam menetapkan keberhasilan suatu bank apabila bank bisa melakukan pembiayaan operasional yang bersumber dari dana.

Sumber dana dari bank yang bermula dari pihak ketiga antara lain: a) Simpanan giro ialah simpanan dengan penarikannya bisa dilaksanakan setiap waktu dalam menggunakan bilyet, giro, cek, fasilitas perintah bayar maupun perpindahan buku. Simpanan tersebut mempunyai manfaat bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas usahanya, sebab pemilik rekening tersebut nantinya memperoleh kemudahan didalam melaksanakan transaksi di usahanya, b) Tabungan ialah simpanan dengan penarikan yang bisa dilaksanakan dengan syarat yang spesifik atas dasar perjanjian diantara nasabah dengan bank. Dalam saran penarikannya antara lain seperti ATM (Anjungan Tunai Mandiri), Surat kuasa, slip penarikan, serta fasilitas lain yang memiliki fungsi yang sama, c) Deposito ialah simpanan dengan penarikan yang hanya bisa dilakukan dalam waktu yang sudah dilakukan perjanjian sebelumnya diantara nasabah serta bank.

– Pengertian Deposito

Berdasarkan Melnia (2015) deposito ialah simpanan dari pihak ketiga pada bank dengan penarikan yang bisa dilaksanakan dengan jangka waktu yang spesifik dengan perjanjian diantara pihak ketiga dan bank ataupun atas dasar perjanjian deponan kepada pihak bank tersebut. Deposito ialah sebagian tempat untuk nasabah dalam melaksanakan investasi dengan berbentuk seperti surat yang berharga. Pemegang deposito umumnya dikenal dengan sebutan deponan. Setiap deponan nantinya diberi sebuah imbalan seperti bunga atas depositonya tersebut. Bagi pihak bank, bunga yang diberi untuk para deponan tersebut ialah bunga tertinggi, apabila dibandingkan pada simpanan tabungan atau giro, yang menjadikan deposito dari sebagian bank

beranggapan menjadi dana yang mahal. Dalam keuntungan terhadap pihak bank menggabungkan dana melalui deposito mempunyai jangka waktu yang lumayan panjang serta frekuensi dalam penarikannya pun jarang. Oleh karena itu, Bank bisa dengan bebas memakai kembali dari dana tersebut dalam kepentingan penyalur untuk kredit (Nurfaizah, 2013).

Pengertian Simpanan sendiri adalah secara bahasa keuangan memiliki arti menyetorkan uang kepada bank pada waktu yang ditetapkan diantara bank sebagai pemilik kuasa serta nasabah. Deposito ialah transaksi pemindahan uang kepada pihak yang lainnya agar disimpan. Sebagian jenis simpanan ialah transfer berupa dana kepada pihak yang lainnya guna dilakukan pengamanan. Lain dari itu, definisi deposito tersebut ialah uang yang dimasukkan investor kepada rekening dari tabungan didalam bank tersebut ataupun serikat kredit. Untuk mulai menyetor, perlu membuat akun baru dan menyetor sejumlah tertentu. Saat melakukan setoran pertama saat membuka akun, biasanya ada jumlah setoran minimum yang diakui. BPR Catur Artha Jaya memberikan penawaran waktu terhadap deposito dalam 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan sampai 12 bulan. Jika tenggat waktu telah lewat tetapi deposan ingin menyetor ulang, maka harus mengajukan perpanjangan simpanan tanpa registrasi ulang. Bunga deposito harian BPR Catur Artha Jaya adalah 4,75% dan pajak 20%.

– Pengertian Tabungan

Menurut Ika, (2015) ialah tabungan simpanan dari pihak ketiga kepada bank dengan penarikan yang bisa dilaksanakan hanya dengan persyaratan spesifik

yang sudah ditentukan, namun tidak bisa dilakukan penarikan menggunakan bilyet giro, cek ataupun perangkat lain yang memiliki fungsi yang sama. Menurut Vera, (2015) tabungan ialah salah satu dari adanya pendapatan yang tak dikonsumsi ataupun sama pada jumlah dari konsumsi, sehingga disimpan serta akan dipakai pada waktu kedepannya.

#### **4.2. Penyaluran Kredit**

Kredit ialah kegiatan produktif dengan menggunakan atau menyalurkan dana semacam penanaman dana kepada bank yakni pembelian obligasi ataupun saham, serta penempatan dana pada bank yakni melakukan penyimpanan pada bank lainnya yang kemudian memasukkan penghasilan untuk bank. Dalam kredit yang tersalurkan dari bank untuk masyarakat ialah sebagai wujud penggunaan dana terhadap bank yang menciptakan pendapatan untuk bank seperti bunga kredit. (Sudirman 2013).

Di Indonesia pertumbuhan potensi terhadap Usaha Mikro, Kecil serta Menengah (UMKM) tidak lepas dari adanya dukungan pihak perbankan pada penyaluran kredit untuk UMKM. Pada setiap tahunnya kredit untuk UMKM menghadapi perkembangan serta dengan cara biasanya perkembangan menjadi lebih tinggi jika dibandingkan dengan total kredit dari perbankan.

Awal dari sebuah fasilitas kredit diberikan, bank wajib merasa percaya bahwasannya kredit yang diberikan akan kembali nantinya. Kepercayaan ini diperoleh dari hasil terhadap penilaian kredit sebelum proses kredit disalurkan. Dalam penilaian kredit dari bank bisa dilaksanakan menggunakan bermacam-



macam langkah dalam memperoleh kepercayaan terhadap nasabah. antara lain lewat proses penilaian secara tepat. Didalam melaksanakan penilaian terhadap kriteria serta aspek penilaian tentunya akan sama. Dengan begitu pula ukuran yang telah ditetapkan menjadi ukuran penilaian bank masing-masing. Umumnya kriteria terhadap penilaian yang perlu dilaksanakan bagi bank untuk memperoleh sebuah keuntungan dilaksanakan menggunakan analisis 5C serta 7P.

- **Penilaian Kredit 5 C**

- *Character*

Sebuah kepercayaan bahwasannya watak ataupun sifat dari orang yang nantinya diberi kredit harus benar bisa dipercayakan, dengan hal tersebut terlihat dari latar belakang dari nasabah secara pribadi ataupun pada latar belakang dari pekerjaan.

- *Capacity*

Dalam melihat seorang nasabah pada keahliannya didalam sektor bisnis yang memiliki hubungan terhadap pendidikannya, keahlian dalam bisnis pun dilakukan pengukuran dengan adanya keahlian didalam mengetahui mengenai ketentuan dari pemerintah.

- *Capital*

Dalam melakukan penglihatan terhadap penggunaan dari modal, apakah sudah cukup efektif, terlihat daripada laporan keuangannya dengan melaksanakan pengukuran terhadap segi likuiditas, rentabilitas, solvabilitas serta pengukuran yang lain.

- *Colleteral*

Ialah suatu jaminan yang diberi oleh calon nasabah yang memiliki sifat fisik ataupun nonfisik. Pada jaminan tersebut mestinya lebih dari jumlah kredit yang diberi. Dalam jaminan itu pun perlu diteliti kembali terhadap kebenaran yang nantinya apabila terdapat permasalahan maka jaminan tersebut yang dititipkan bisa dipakai dengan cepat.

– *Condition*

Proses penilaian kredit haruslah juga dilakukan penilaian keadaan ekonomi serta politik dimasa sekarang serta masa kedepannya tepat dengan bidang masing-masing dan prospek pada usaha dari bidang yang dijalankan.

• **Penilaian Kredit 7 P**

– *Personality*

Melakukan penilaian nasabah dari sisi kepribadian ataupun tingkah laku dalam kesehariannya pada masa lalu.

– *Party*

Melakukan klasifikasi terhadap nasabah menjadi klasifikasi secara tertentu ataupun golongan dengan dasar modal, karakternya serta loyalitas.

– *Purpose*

Memahami suatu tujuan dari nasabah didalam mengambil kredit tersebut, terkait jenis dari kredit yang dibutuhkan oleh nasabah.

– *Prospect*

Melakukan penilaian terhadap usaha dari nasabah dimasa depan bersifat menguntungkan atau tidaknya, lain dari itu memiliki prospek ataupun sebaliknya.

– *Payment*

Ialah standar bagaimana langkah seorang nasabah dalam melakukan pengembalian kredit yang sudah diambilnya ataupun dari sumber manapun dalam pengembalian suatu kredit.

– *Profitability*

Yakni guna melakukan analisis bagaimana kemampuan dari nasabah didalam mencari sebuah lama. Dalam *Profitability* yang diukur dari waktu ke waktu apakah konsisten ataupun bertambah meningkat, bahkan dengan penambahan kredit yang nantinya di dapati.

– *Protection*

Ialah bagaimana dalam melakukan penjagaan untuk usaha serta jaminan dalam memperoleh sebuah perlindungan. Dalam perlindungan tersebut bisa seperti jaminan orang atau barang serta jaminan terhadap asuransi.

Pada sistem pemberian kredit tidak berfokus pada sebagian saja, maka beberapa fungsi dilakukan pembentukan (Rotman dkk, 2018). Fungsi itu nantinya saling melakukan koordinasi dalam menggapai tujuan yang sudah ditentukan dari bank.

Peranan perbankan diharapkan akan semakin meningkat, serta tidak kalah pentingnya yaitu makin bertambahnya dampak manfaat perbankan terhadap anggota dan masyarakat luas. Dilain hal guna meningkatkan laba perusahaan, maka

perusahaan dapat memberikan kebijakan atas pemberian kredit terhadap para nasabah.

Peranan perbankan diharapkan akan semakin meningkat, serta tidak kalah pentingnya yaitu makin bertambahnya dampak manfaat perbankan terhadap anggota dan masyarakat luas. Dilain hal guna meningkatkan laba perusahaan, maka perusahaan dapat memberikan kebijakan atas pemberian kredit terhadap para nasabah.

Proses dalam pemberian kredit serta penilaian terhadap kredit dalam sektor perbankan dengan cara yang umum diantara bank satu dengan yang lainnya tidak jauh beda. perbedaannya ialah persyaratan serta proses atau prosedur yang ditentukan menggunakan masing-masing pertimbangan. Proses dari pemberian kredit tersebut umumnya bisa dibedakan diantara badan hukum ataupun perseorangan atau individu serta dipantau juga tujuan untuk produktif maupun konsumtif.

- **Prosedur pemberian kredit**

Dalam Badan hukum seperti dibawah ini:

- Pengajuan Berkas - Berkas
- Penyelidikan Berkas Pinjaman
- Wawancara I
- On The Spot (Pemeriksaan Lapangan)
- Wawancara ke II
- Keputusan Kredit
- Penandatanganan akad kredit atau perjanjian lainnya.

- Realisasi Kredit
- Penyaluran atau Penarikan Dana

Sedangkan secara umum adalah :

- Permohonan Kredit atau Prakarsa
- Analisis Berkaitan dengan latar belakang pemohon, tujuan kredit, riwayat hubungan bisnios dengan bank dan analisis 5C.
- Perhitungan Kebutuhan Kredit
- Mencakup perhitungan Kredit Modal Kerja dan Kredit Konsumtif.
- Negoisasi Kredit, ialah proses diskusi mengenai sebuah masalah dalam kredit yang sering terjadi diantara pihak pemohon serta bank, dalam menggapai sebuah kesepakatan terkait penyusunan terhadap arus kas dari pemohon, kelengkapan dari dokumen, struktur atau tipe dari kredit atau syarat syarat dalam kredit yang wajib terwujud oleh pemohon.
- Pemberian Rekomendasi Kredit

Ialah sebuah simpulan dari hasil analisis serta evaluasi dari proposal kredit. Dalam rekomendasi haruslah dengan jelas memberi uraian terhadap kekuatan serta kelemahan yang nantinya memberi pengaruh terhadap kemampuan dari pemohon dalam melakukan pemenuhan angsuran yang sudah terjadwal.

- Pemberian Putusan kredit
- Dokumentasi dan Administarsi Kredit

- ❖ Dokumentasi kredit ialah semua dokumen yang dibutuhkan pada rangka pemberian dari kredit yang menjadi sebuah bukti perjanjian ataupun ikatan secara hukum diantara bank serta nasabah yang menjadi perbuatan dalam hukum ataupun memiliki dampak hukum.
- ❖ Administrasi kredit memiliki tujuan dalam melakukan dukungan tahapan-tahapan dalam pembinaan ataupun penilaian terhadap pertumbuhan kredit yang sudah diberi ataupun peningkatan usaha dari nasabah serta pengawasan terhadap kredit, dengan demikian kebutuhan bank akan terlindungi.
- Pengawasan Kredit dan Pembinaan Kredit Pengawasan kredit aktivitas dalam pengawasan ataupun monitoring dalam langkah-langkah proses pemberian kredit. Guna lebih melakukan keefektifan terhadap pengawasan kredit terbentuknya sistem pengelolaan internal perkreditan dengan tujuan menggapai portofolio kredit secara sehat dan menghindari semua kemungkinan yang menimbulkan dalam penyalahgunaan kewewenangan terhadap pihak yang bisa membuat rugi bank serta terjadinya praktik dalam pemberian kredit yang tidak sehat.

### **4.3. Promosi**

#### **4.3.1 Pengertian Promosi**

Promosi ialah sebagian cara yang bisa dilaksanakan perusahaan selain dalam

menginfokan suatu produk, serta dalam menarik calon dari konsumen sehingga dapat melakukan pembelian produk yang sudah ditawarkan, seperti jasa maupun barang. Pada promosi pun dilaksanakan perusahaan dalam melakukan penawaran dan mengkomunikasikan produknya. Beberapa pendapat dengan mengemukakan pengertian promosi.

Berdasarkan Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman, 2010) promosi ialah sebuah tindakan dengan tujuan dalam melakukan peningkatan terhadap penjualan, serta menjadi strategi dalam mengajak kesempatan lewat transaksi. Dengan kedua definisi diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwasannya promosi tak hanya memiliki fungsi menjadi suatu alat dalam berkomunikasi diantara suatu perusahaan serta konsumen, tetapi suatu alat dalam memberi pengaruh kepada konsumen dalam melaksanakan aktivitas pembelian dengan apa yang diinginkan serta dibutuhkan.

Menurut Hermawan (2012:39) Pada pelaksanaan aktivitas promosi terdiri beberapa hal yang penting serta perlu diperhatikan pada aktivitas promosi diantaranya; pada program iklan yang dilaksanakan. Aktivitas periklanan ialah sarana media yang utama untuk perusahaan dalam membantu aktivitas promosi dimana promosi mempunyai suatu tujuan yang utama dalam menarik seorang konsumen dalam melakukan proses pembelian kepada produk yang telah ditawarkan.

#### **4.3.2 Fungsi Promosi**

Terence A Shimp (2002: 7) menyebutkan bahwasannya sebuah promosi mempunyai beberapa fungsi diantaranya:

- a. *Informing* ( memberikan informasi ), promosi menjadikan konsumen memiliki kesadaran terhadap produk baru, mendidik konsumen berkaitan dengan fitur atau manfaat merek dan memberi fasilitas terhadap penciptaan citra suatu perusahaan yang menciptakan jasa atau produk. Biasanya promosi menunjukkan informasi yang memiliki nilai baik untuk mereknya yang diiklankan tersebut dengan mengajarkan semua manfaat yang baru dari merek yang sudah ada.
- b. *Persuading* ( membujuk ), media dalam promosi ataupun iklan yang baik nantinya bisa mengajak konsumen dalam mencoba jasa atau produk yang ditawarkan tersebut. Kadang persuasi dengan bentuk memberi pengaruh terhadap permintaan secara primer, yaitu menghasilkan permintaan untuk semua golongan produk.
- c. *Remiding* ( mengingatkan ) , iklan sangat menjaga merek suatu perusahaan dengan segar pada ingatan atau pikiran para konsumennya. Pada saat keperluan itu muncul, yang memiliki hubungan pada produk atau jasa yang diiklankan, maka dampak dari promosi tersebut dimasa yang lalu memiliki kemungkinan merek dalam iklan ada diingatan para konsumen. Terlebih lagi periklanan jauh lebih dilakukan dengan demonstrasi.
- d. *Adding Value* (Menambah nilai), terdiri dari 3 tahapan dasar yang dimana perusahaan mampu membeli nilai tambah untuk penawaran, penyempurnaan, inovasi, kualitas ataupun mengubah bentuk persepsi dari konsumen. Dalam promosi efektif bisa membuat merek dipandang



menjadi lebih bergaya, lebih elegan, lebih begengsi serta bisa lebih unggul daripada merek lainnya.

#### 4.3.3 Tujuan Promosi

- Menyediakan informasi, ini ialah tujuan dari strategi terhadap promosi yang dilaksanakan sebuah perusahaan dalam menginformasikan kepada calon konsumennya mengenai perusahaannya, produk ataupun jasa yang nantinya akan dilakukan pemasaran.
- Mendiferensasikan ataupun memberi perbedaan terhadap jasa ataupun produk perusahaan dengan produk lainnya. Melalui cara pemasaran perlu memiliki upaya mencari tempat dalam pikiran konsumen berupa memberitahukan perbedaan secara signifikan tentang produk ataupun jasa dari perusahaan tersebut.
- Menaikan penjualan ialah suatu tujuan umum dari adanya strategi dari promosi, dari beberapa strategi berkonsentrasi dengan merangsang sebuah permintaan secara primer meskipun sebagian dari melakukan penstabilan terhadap penjualan.
- Menstabilkan penjualan

Stabilitasi penjualan ialah tujuan yang lain dari adanya promosi, suatu perusahaan umumnya memberi promosi lewat konten penjualan dalam periode menurunnya tingkat penjualan serta memotivasi penjual dalam menawarkan berbagai hadiah.

- Menonjolkan nilai produk, Dalam kegiatan promosi diajukan dalam memperlihatkan nilai dari produk dengan melakukan penjelasan

terhadap manfaat kepemilikan terhadap produk yang kurang terkenal dikalangan konsumen. Pada fokus utama promosi ialah kepada produk yang paling akhir yang berada pada suatu perusahaan.

#### 4.3.4 Strategi Promosi

Strategi promosi ialah tahapan yang perlu dilakukan perhitungan didalam melaksanakan kegiatan pemasaran sari sebuah jasa atau produk.

- Periklanan (*advertising*)

Iklan ialah sarana dalam promosi yang dipakai pihak bank dalam memberikan informasi terhadap semua produk yang dihasilkan dari pihak bank. Informasi yang diberi ini ialah berupa manfaat dari produk, harga dari produk dan segala keuntungan dari produk jika dibandingkan dari pesaing. Tujuan dari promosi melalui iklan ialah berusaha dalam menarik serta memberi pengaruh kepada calon nasabahnya.

Promosi menggunakan iklan yang bisa dilaksanakan dengan bermacam-macam media yakni melalui:

- 1) Melakukan pemasangan pada *billboard* (papan nama) di jalan yang memiliki lokasi strategis.
- 2) Melakukan pencetakan iklan dengan brosur kemudian disebar ke semua cabang maupun pada pusat perbelanjaan.
- 3) Melakukan pemasangan suatu spanduk pada lokasi yang memiliki lokasi strategis.
- 4) Melakukan dengan media cetak Koran.
- 5) Melakukan dengan media cetak Majalah.

6) Melakukan dengan siaran Radio atau media siaran yang lain

- Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Selain melalui promosi dengan iklan, promosi juga bisa dilaksanakan dengan melakukan promosi penjualan ataupun *sales promotion*. Tujuan dari promosi penjualan ini ialah dalam melakukan peningkatan penjualan ataupun dalam melakukan peningkatan terhadap jumlah dari nasabah. Bagi suatu bank promosi penjualan bisa dilaksanakan dengan:

- Memberikan bunga secara khusus sebagai jumlah dana dengan terukur besar, meskipun dengan hal tersebut nantinya bisa menimbulkan sebuah persaingan secara tidak sehat.
- Memberikan insentif pada semua nasabah yang mempunyai simpanan dalam saldo yang sudah ditentukan atau tertentu.
- Memberikan cinderamata maupun hadiah sebagai kenang-kenangan yang lain untuk nasabah yang memiliki sifat loyal.

- Publisitas (*publicity*)

Pada promosi ketiga ialah publisitas yang merupakan aktivitas promosi dalam memancing seorang nasabah lewat aktivitas semacam bakti sosial, pameran ataupun aktivitas yang lain. Dengan adanya publisitas ini mampu meningkatkan reputasi bank oleh semua nasabahnya.

Memiliki tujuan agar seorang nasabah dapat mengenal bank dengan lebih dekat. Dengan mengikuti aktivitas tersebut, nasabah menjadi ingat bank tersebut serta dengan harapan dapat menarik seorang nasabah dalam aktivitas publisitas bisa dilaksanakan dengan:

- Mengikuti bakti sosial
- Mengikuti pameran
- Mengikuti aktivitas amal
- sponsorship kegiatan.
- Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Ialah sebuah promosi yang dilaksanakan lewat pribadi karyawan pada bank tersebut dalam melakukan pelayanan dan ikut memberi pengaruh terhadap nasabah. *Personal selling* pun dilaksanakan lewat perekrutan tenaga *salesman* atau *salesgirl* dalam melaksanakan penjualan secara *door to door*.



## BAB V

### METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

#### 5.1. Metoda Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penulisan dan mendukung validitas dalam analisis data. Dalam laporan ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumenter. Penjelasan dari masing-masing metode ini adalah sebagai berikut.

Metode pengumpulan suatu data ialah suatu cara ataupun teknik yang dilaksanakan oleh seorang penulis dalam melakukan pengumpulan suatu data. Dalam pengumpulan suatu data ini dilaksanakan dalam mendapatkan sebuah informasi yang diperlukan sebagai rangka dalam menggapai tujuan dari penulisan dan mendukung validitas dalam analisis data. Pada laporan ini, penulis memakai metode dalam pengumpulan suatu data berupa wawancara, dokumenter, serta observasi. Dibawah ini ialah penjelasan masing-masing metode yang digunakan.

##### a) Wawancara

Pada laporan yang dilaksanakan ini memakai metode wawancara dalam mendapatkan beberapa informasi yang diperlukan pada pemecahan permasalahan di perusahaan. Suatu wawancara ialah cara dalam mengumpulkan suatu data yang dilaksanakan secara langsung ataupun tatap muka serta melalui tanya jawab diantara narasumber dengan penulis.

Menurut Esterberg (2002) Suatu wawancara ialah sebuah pertemuan yang dilaksanakan dengan dua orang dalam melakukan pertukaran beberapa informasi ataupun sebuah ide melalui teknik tanya jawab, yang kemudian bisa ditarik menjadi suatu simpulan maupun makna pada tema tertentu. Wawancara bertujuan memperoleh informasi dengan cara langsung untuk memberi penjelasan sebuah hal ataupun keadaan serta situasi tertentu dengan merujuk pada informasi ataupun data dengan cara yang akurat, secara mendalam, dengan objektif maupun sebagai pelengkap dari informasi.

Lewat wawancara tersebut nantinya penulis bisa memperoleh suatu informasi serta data yang dibutuhkan oleh penulis melalui narasumber. Populasi dari penulisan laporan ini merupakan karyawan BPR Catur Artha Jaya di Kantor Pusat terutama pada yang berjumlah 3 orang. Sampel yang digunakan sesuai dengan topik penelitian adalah keuangan yang dikelola oleh BPR Catur Artha Jaya.

b) Observasi

Observasi ialah sebuah metode dalam mengumpulkan suatu data dengan melakukan pengamatan maupun melakukan peninjauan secara teliti serta langsung pada lokasi dipenelitian dalam memahami situasi yang terjadi ataupun menunjukkan sebuah kebenaran dari adanya suatu desain pada penelitian yang sedang berlangsung. Miles serta Huberman pada Sugiyono (2014: 246-253) mengutarakan bahwasanya kegiatan pada analisis suatu

data secara kualitatif dilaksanakan dengan cara berinteraksi serta langsung dengan terus menerus hingga selesai, sampai data itu telah jenuh.

Dalam laporan ini penulis melaksanakan observasi maupun melakukan pengamatan secara langsung pada lapangan di BPR Catur Artha Jaya terhadap berbagai masalah yang muncul di setiap bagian perusahaan. Beberapa masalah ini akan dianalisis dan diketahui oleh para peneliti tentang masalah-masalah yang dianggap penting untuk dibahas lebih lanjut. Ilmuwan mencatat beberapa hal penting atau info tentang pengamatan yang dibuat dalam buku catatan, selain itu peneliti turut serta membantu secara langsung BPR Catur Artha Jaya

c) Dokumenter

Dokumenter merupakan memakai dokumen yang resmi serta individu untuk digunakan menjadi suatu sumber dari informasi seperti halnya pada dokumen dalam laporan ini didapat dari berbagai jenis sumber baik cetak, elektronik atau grafik.

Sugiyono (2018:476) mengutarakan bahwasannya dokumentasi ialah metode yang dilaksanakan dalam mendapatkan sebuah informasi atau data berupa arsip, dokumen, buku, angka tertulis serta dalam bentuk gambar seperti laporan atau informasi yang bisa menunjang penelitian. Suatu studi pada dokumen yang melengkapi penggunaan pada metode dengan cara observasi maupun wawancara nantinya lebih bisa dipercaya serta memiliki integritas dengan tinggi.

Di dalam penulisan bisnis case report ini, dokumen yang di dapatkan oleh penulis adalah tentang struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan, peraturan perusahaan dan data keuangan perusahaan.

## 5.2. Analisis Data

Pengertian analisis suatu data berdasarkan Sugiyono (2018: 482) ialah langkah dalam melakukan pencarian serta penyusunan dengan cara sistematis pada data yang didapatkan dari metode wawancara, catatan pada lapangan serta dokumentasi secara melakukan organisasi pada suatu data menjadi kelompok-kelompok, merinci menjadi komponen-komponen, mensintesis, melakukan penyusunan menjadi suatu pola-pola, melakukan pilihan terhadap apa yang sangat penting serta apa yang nantinya dapat dipeleajari serta menjadikan simpulan menjadi lebih mudah untuk dipahami oleh orang lain serta diri sendiri.

Analisis data dalam laporan ini menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif merupakan upaya untuk menemukan dan mengorganisasikan data dengan menggunakan tiga jalur, antara lain pemadatan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kegiatan yang dilaksanakan dalam melakukan perubahan pada suatu data dari hasil penelitian sehingga mendapatkan sebuah informasi baru yang nantinya bisa dipakai pada suatu simpulan. Umumnya, tujuan dari analisis suatu data ialah sebagai penjelasan pada data dengan metode yang mudah untuk dipahami serta nantinya bisa ditarik suatu simpulan, dengan membandingkan fakta-fakta dan teori, Dalam laporan ini, kami membandingkan masalah yang ditemukan di perusahaan dengan



teori manajemen yang ada sehingga dapat ditemukan solusi yang sesuai dengan masalah yang ada di perusahaan.



## **BAB VI**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **6.1. Analisis Permasalahan**

Penyaluran dana bagi bank akan menghasilkan bunga pinjaman dan merupakan komponen utama dari pendapatan faktor bank (Kasmir, 2015). Sedangkan pendapatan sendiri ialah arus kas pada bruto yang berasal dari kemanfaatan pada ekonomi yang muncul dari suatu kegiatan biasa pada perusahaan pada waktu tertentu (Marimbo, 2007). Pendapatan bunga yang timbul dari pinjaman merupakan pendorong laba operasi bank, karena penyaluran dalam kredit ialah sebagian aktivitas utama suatu bank maka laba operasi akan meningkat.

Dana pihak ketiga yang berlebih di perusahaan menyebabkan perusahaan tidak bisa membayar bunga dari dana pihak ketiga apabila dana itu tidak tersalurkan kepada masyarakat dengan berbentuk kredit. Menurut Doni (2012), Semakin bertambah tinggi skala hutang pada struktur di modal, maka bertambah besar pula keuntungan yang dipakai dalam melakukan pembayaran bunga serta bertambah besar juga resiko terhadap keberlangsungan operasi suatu perusahaan. Selain itu perlu juga diperhatikan apakah setelah meminjam modal usaha tersebut mempunyai keahlian dalam menciptakan suatu keuntungan dengan besar dan tetap efektif. Dana dari pihak yang kelebihan dana akan berasal dari pendanaan BPR dan akan ditampung dan digunakan untuk penyaluran dana. Dana ini merupakan sumber pendanaan utama bagi bank lokal dan mempengaruhi pertumbuhan kredit. Dengan

bertambah banyaknya uang yang dipunyai suatu bank, maka bertambah besar pula kemungkinan dalam memenuhi kewajibannya.

Masalah yang terjadi di perusahaan adalah kesadaran merek terhadap produk BPR Catur Artha Jaya yang masih minim. Sebagian masyarakat belum mengetahui produk perusahaan karena kurangnya promosi yang dilakukan perusahaan. Meskipun kesadaran merek berpengaruh terhadap pembelian ulang, hal ini berdampak pada munculnya loyalitas konsumen. Salah satu penyebab kurangnya kesadaran ini adalah kurangnya promosi ke masyarakat. Dengan demikian, dibutuhkan tahapan-tahapan yang sesuai dalam meningkatkan penyaluran kredit melalui promosi.

Selama magang diketahui bahwa dana pihak ketiga yang diperoleh BPR Catur Artha Jaya sudah bagus, BPR Catur Artha Jaya memiliki beberapa permasalahan diantaranya yaitu belum maksimalnya penyaluran dana kredit yang ada pada masyarakat, kurangnya promosi yang dilakukan masyarakat.

## **6.2. Pembahasan**

### **6.2.1 Dana Pihak Ketiga**

Dana pihak ke tiga merupakan dana yang berbunga sebagai keuntungan yang diberikan kepada nasabah. Tingkat suku bunga ditetapkan oleh masing-masing BPR hanya untuk batasan maksimal tingkat suku bunga simpanan tabungan atau deposito berjangka agar mendapat penjaminan, diharuskan menyesuaikan dengan ketentuan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Mengingat tabungan memiliki saldo yang fluktuatif, maka tingkat suku bunga yang diberikan oleh BPR lebih rendah dari simpanan dalam bentuk

deposito berjangka. Bunga yang diberikan kepada nasabah simpanan dibukukan oleh BPR sebagai biaya dana (cost of fund).

Dana pihak ketiga berupa tabungan dan deposito dihimpun oleh bank melalui berbagai produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Penghimpunan dana pihak ketiga kepada BPR juga meningkat, dari tahun 2017 hingga 2021. Jumlah penghimpunan dana pihak ketiga meningkat seiring dengan membaiknya kepercayaan masyarakat. Penerimaan dari masyarakat merupakan sumber modal terbesar yang paling diandalkan bank untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sumber dana pinjaman berupa tabungan dan deposito berjangka yang diperoleh dari DPK, serta dana dari pinjaman dan ekuitas. Sumber pinjaman yang dominan adalah DPK. DPK dalam bentuk tabungan dan deposito seperti deposito BPR masih didominasi oleh tabungan jangka pendek dengan denominasi besar. Kenaikan DPK diharapkan dapat dipenuhi dengan insentif yang menarik yang dapat menarik minat nasabah untuk meningkatkan simpanan di bank, baik dalam bentuk tabungan maupun deposito berjangka. Peningkatan simpanan bank akan meningkatkan aktivitas peminjaman DPK yang akan menarik minat masyarakat karena tingginya suku bunga simpanan. Tingginya jumlah DPK ini karena banyaknya uang yang dihimpun dari masyarakat.

Bagi BPR, tingginya suku bunga pinjaman BPR disebabkan tingginya biaya untuk mendapatkan modal, yang membuat calon nasabah enggan untuk mengajukan kredit dan pindah ke bank lain dengan suku bunga yang lebih rendah. Suku bunga kredit harus lebih rendah dari suku bunga kompetitor untuk

dapat mentransfer dana yang terkumpul dan juga menetapkan suku bunga simpanan yang dapat menarik minat masyarakat terhadap simpanan tabungan, baik uang maupun tunai, tabungan dan deposito; juga memberikan reward sebagai insentif bagi masyarakat untuk menyimpan uangnya di BPR.

Hal ini sebagai dampak dari diberlakukannya peraturan modal oleh Otoritas Jasa Keuangan. Umlah kontribusi modal yang terus meningkat seiring dengan peningkatan laba yang terus menerus membuat struktur permodalan BPR semakin kokoh, terlebih saat ini risiko yang dihadapi BPR semakin kompleks, di antaranya adalah risiko pemberian kredit, seiring dengan meningkatnya kemampuan BPR untuk menyalurkan kredit ke berbagai sektor ekonomi. Struktur permodalan BPR yang semakin kuat telah meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai penyimpan dana dan dengan keikutsertaan dalam program penjaminan simpanan oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) telah mendorong nasabah untuk terus tertarik untuk menyimpan dananya di BPR. Selain itu, semakin besar modal, tingkat pelayanan BPR juga semakin baik, sebab BPR memiliki kantor operasional sendiri yang memadai dengan dilengkapi fasilitas teknologi yang mumpuni sehingga pelayanan BPR semakin baik dari waktu ke waktu.

### **6.2.2 Penyaluran Kredit**

Sumber pembiayaan bagi dunia usaha di Indonesia masih didominasi oleh pinjaman perbankan yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Penyaluran kredit perbankan masih jauh lebih rendah dari kapasitas sebenarnya bank. Pemulihan ekonomi terus berjalan, termasuk aktivitas perbankan yang

membaik. Kondisi pinjaman di Indonesia menunjukkan kemajuan dari tahun ke tahun. Bank terlebih dahulu mempertimbangkan kondisi internal sehingga dapat memberikan pinjaman bunga kepadanya setiap saat meskipun itu bukan persyaratan untuk pertumbuhan jumlah penyaluran pinjaman. Kredit bank tetap menjadi satu-satunya sumber modal di Indonesia.

Pertumbuhan penyaluran kredit perbankan masih lemah. Jumlah kredit yang disalurkan perbankan mengalami pertumbuhan yang fluktuatif dimana volatilitas kredit dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Oleh karena itu, BPR harus lebih berhati-hati dalam memberikan kredit karena BPR memiliki risiko yang tinggi. Kredit BPR mengalami fluktuasi yang tidak sejalan dengan pertumbuhan dana masyarakat yang cenderung meningkat. Suku bunga tampaknya menjadi hambatan bagi pelanggan potensial. Namun BPR masih menjadi pilihan masyarakat, sulitnya mengakses permodalan dari bank karena masyarakat pada umumnya tidak dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank, seperti 5C (Characteristics, Capability, Capital, Conditions, Collateral) yang merupakan standar perbankan utama. Meningkatnya suku bunga pinjaman dan pinjaman yang tidak efisien dapat menyebabkan kredit macet.

Batasan operasional BPR juga terkait dengan misi yang ditetapkan BPR itu sendiri. Kegiatan operasional yang berlangsung dalam suatu bank dapat mempengaruhi kinerja bank tersebut sehingga sejalan dengan visi dan misi BPR. Bisnis BPR diarahkan untuk melayani usaha kecil di masyarakat. Namun, pergerakan penyaluran kredit pada bank umum saham gabungan selalu lebih

rendah dibandingkan dengan bank umum lainnya. Total penyaluran kredit BPR kepada masyarakat menunjukkan tren peningkatan yang masih relatif kecil dibandingkan dengan jumlah kredit yang diberikan perbankan kepada masyarakat. Peran BPR sebagai lembaga intermediasi yang mudah diakses oleh masyarakat diharapkan akan meningkatkan daya saing BPR relatif terhadap bank lain dan selanjutnya mendorong tumbuhnya UMKM untuk dapat berkontribusi dalam perekonomian. Kajian ini meliputi analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penyaluran kredit pada BPR.

Kegiatan penghimpunan dana BPR hanya bertujuan untuk membantu BPR dalam melakukan kegiatan perkreditan kepada pihak yang membutuhkan, agar dapat berperan dalam pembangunan perekonomian sesuai ketentuan UU Perbankan No. 10 tahun 1998. Selain untuk meningkatkan jumlah aktiva produktif dan asset keseluruhan, dengan menyalurkan kredit BPR dapat memperoleh pendapatan operasional dan profit yang terus meningkat.

#### **6.2.2.1 Penerapan Prinsip 5C dan 7P**

Penerapan analisis kredit BPR Catur Artha Jaya yang sesuai dengan prinsip 5C :

##### **❖ Prinsip 5C**

a. *Character*

| No | Pertanyaan   | Responden   | Hasil  |
|----|--|---|--|
| 1. | Bagaimana proses penilaian dari <i>character</i> ? | Manajer Operasional (Arif Rachman H) Pada 25 April 2022 | Asosiasi usaha tempat calon nasabah pembiayaan terdaftar, untuk meneliti calon nasabah pembiayaan dalam interaksi diantara pelaku usaha dalam asosiasi seperti tetangga kanan kiri nasabah tanpa sepengetahuan nasabah |
| 2. |  | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto) Pada 9 Mei 2022       | Perlu adanya <i>trade checking</i> pelanggan nasabah pembiayaan, untuk meneliti reputasi nasabah di lingkungan mitra bisnisnya. Dan kemungkinan usaha tersebut untuk berkembang  |
| 3. |  | AO (Zaenal Arifin) Pada 17 Mei 2022                     | Dilakukannya penilaian karakter dengan <i>bank checking</i> terkait kelancaran pembayaran nasabah tersebut   |

BPR Catur Artha Jaya melihat sifat dari calon debitur tersebut dengan cara melakukan survei terhadap nasabah baru dengan mewawancarai lingkungan sekitar nasabah tanpa sepengetahuannya. Selain itu, pihak BPR Catur Artha Jaya juga menilai karakter dari calon debitur saat mengajukan pertanyaan seputar usaha yang akan dibiayai. Berdasarkan wawancara tersebut dapat dilihat dari sikap dan cara menjawab calon debitur yang akhirnya akan diketahui karakter mereka. Bagi nasabah lama, maka penilaian karakter dilakukan dengan menilik riwayat kredit sebelumnya. Berdasarkan riwayat tersebutlah, maka pihak perusahaan dapat mengetahui mana nasabah yang memiliki sifat



dan itikad baik dalam pengembalian hutang nantinya. Penilaian aspek karakter BPR Catur Artha Jaya sudah menerapkan penilaian *character* dengan baik.

b. *Capacity*

| No | Pertanyaan  | Responden  | Hasil   |
|----|---|--|---|
| 1. | Bagaimana kriteria <i>capacity</i> untuk dapat di diterima oleh perusahaan? | Manajer Operasional (Arif Rachman H)<br>Pada 25 April 2022 | Pengalaman-pengalaman bisnisnya dalam menyesuaikan diri dengan kondisi perekonomian     |
| 2. |   | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022       | Pengalamannya dalam bisnis yang dihubungkan dengan pendidikannya (umum dan kejuruan).   |
| 3. |   | AO (Zaenal Arifin)<br>Pada 17 Mei 2022                     | Kalau dari AO sendiri melihat dari data penjualan yang ditulis dalam formulir pengajuan |

Penilaian aspek *capacity* berhubungan dengan kemampuan debitur dalam mengembalikan pinjaman. Pengukuran untuk hal ini dapat dilakukan kreditur dengan meneliti keahlian calon debitur dalam mengelola bidang usaha dan kemampuan manajerial. Pihak perusahaan juga melihat kemampuan calon debitur dalam menjalankan usaha dan sebaik apa prospek usaha tersebut sehingga pihak bank dapat mengetahui sejauh mana kemampuan debitur dalam mengembalikan hutang kelak dengan mengajukan pertanyaan yang berhubungan

dengan usaha tersebut. Oleh karena itu, pihak BPR Catur Artha Jaya sudah menerapkan aspek *capacity* dengan baik

c. *Capital*

| No | Pertanyaan  | Responden   | Hasil  |
|----|---|---|--|
| 1. | Bagaimana kriteria modal untuk dapat di diterima oleh perusahaan? | Manajer Operasional (Arif Rachman H) Pada 25 April 2022 | Perusahaan melihat nasabah pada jawaban wawancara pertama pengajuan dan saat mengisi formulir pengajuan  |
| 2. |   | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto) Pada 9 Mei 2022       | Dari sumbernya mbak. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan. misalnya setoran pemilik perusahaan. sementara itu modal asing adalah modal yang bersumber dari luar perusahaan. misalnya, modal yang berupa pinjaman bank.  |
| 3. |   | AO (Zaenal Arifin) Pada 17 Mei 2022                     | Berdasarkan pemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Seperti rumah pribadi yang disewakan. Modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk kepentingan umum dalam proses produksi. Seperti pos kampling, jalan, jembatan dan mushalla. |

Aspek ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar modal yang dimiliki oleh debitur untuk usaha yang akan atau telah dijalankan. Cara yang dipergunakan oleh pihak BPR Catur Artha Jaya dalam menilai aspek ini adalah dengan menilai keadaan rumah calon debitur

itu sendiri dan asset-asset yang ia miliki. Sementara modal yang calon debiturkan sediakan secara khusus untuk usahanya itu belum begitu diperhatikan. Penilaian untuk aspek ini dilakukan BPR Catur Artha Jaya sama seperti halnya saat memperhatikan aspek *condition of economy*. BPR Catur Artha Jaya belum benar-benar menerapkan prinsip ini dengan baik.

d. *Collateral*

| No | Pertanyaan  | Responden  | Hasil  |
|----|---|--|--|
| 1. | Bagaimana penerapan <i>colleteral</i> di BPR Catur Artha Jaya | Manajer Operasional (Arif Rachman H)<br>Pada 25 April 2022 | Penerapan di BPR Catur Artha Jaya sudah bagus  |
| 2. | Jaminan apa saja yang diterima oleh bank?                     | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022       | Kepemilikan barang jaminan dan harga barang jaminan yang diberikan kepada perusahaan   |
| 3. |   | AO (Zaenal Arifin)<br>Pada 17 Mei 2022                     | Angunan yang memiliki wujud fisik. Seperti tanah, kendaraan, mesin, bangunan, dan lainnya<br>angunan yang tidak memiliki wujud namun memiliki value yang lebih. Seperti hak paten, <i>franchise</i> , merek dagang, hak cipta, dan lainnya |

Pada aspek ini pihak BPR Catur Artha Jaya akan melakukan pengecekan secara langsung terhadap jaminan yang diajukan oleh debitur. Bila jaminan berupa kendaraan bermotor, maka pihak bank akan memeriksa kelengkapan surat, kelengkapan bagian kendaraan, kepemilikan, melakukan penilaian dari kendaraan, dan informasi

penting lainnya tentang keadaan kendaraan tersebut. Sedangkan untuk jaminan berupa tanah, bahan bangunan, atau barang tak bergerak lainnya, maka pihak bank akan memeriksa letak tanah/bangunan, kepemilikan, kelengkapan surat, penilaian dan data yang lainnya. Aspek ini sudah diperhatikan dengan cukup baik oleh BPR Catur Artha Jaya.

*e. Condition of Economy*

| No | Pertanyaan  | Responden  | Hasil  |
|----|---|--|--|
| 1. | Bagaimana kriteria mengenai <i>condition of economy</i> | Manajer Operasional (Arif Rachman H)<br>Pada 25 April 2022 | Melihat usaha nasabah, dengan melakukan survei tanpa sepengetahuan nasabah untuk BPR sendiri sudah menjalankannya dengan baik  |
| 2. |   | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022       | kondisi lain yang mempengaruhi pemasaran Penjualan usaha dapat terganggu bila adanya pemain baru yang datang ke pasar dengan menawarkan harga yang lebih murah dan produk yang lebih baik. Adanya kartel dan pembatasan harga juga dapat mempengaruhi kinerja dari pemasaran suatu produk. |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| 3. |  | AO<br>(Zaenal<br>Arifin)<br>Pada 17<br>Mei 2022 | Kondisi perekonomian seperti resesi dan inflasi dapat mempengaruhi calon peminjam. Ketika resesi masyarakat akan cenderung mengurangi konsumsinya dan akan membelanjakan uangnya untuk kebutuhan pokok saja. Jika calon peminjam memiliki usaha di bidang barang mewah mungkin akan sulit untuknya bisa bertahan dan mengembalikan uang yang telah dipinjamkan. |
|----|--|---|---|

Penilaian terhadap keadaan ekonomi dilihat berdasarkan pada keadaan dan isi rumah serta asset-asset yang dimiliki. Penilaian yang dilakukan dalam hal ini tak berbeda jauh dengan saat menilai aspek *capital* dari calon debitur sehingga tak ada perbedaan antara menilai aspek *capital* dan *condition of economy* itu sendiri. Sementara keadaan ekonomi secara regional, nasional, ataupun internasional yang suatu saat dapat mempengaruhi keadaan perekonomian dari calon debitur seperti halnya perubahan perundangan ataupun inflasi yang dapat terjadi sewaktu-waktu di masa yang akan datang belum diperhatikan dengan begitu baik.

#### ❖ Prinsip 7P

Kesesuaian analisa kredit yang dilakukan oleh BPR Catur Artha Jaya dengan prinsip 7P ialah sebagai berikut :

a. *Personality*

| No | Pertanyaan   | Responden   | Hasil   |
|----|--|---|---|
| 1. | Bagaimana penerapan <i>personality</i> di BPR Catur Artha Jaya | Manajer Operasional (Arif Rachman H) Pada 25 April 2022 | Mencari data tentang kepribadian calon debitur seperti riwayat hidup (kelahiran, pendidikan, pengalaman usaha atau pekerjaan), hoby, keadaan keluarga                         |
| 2. |  | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto) Pada 9 Mei 2022       | <i>Social standing</i> (pergaulan dalam masyarakat serta bagaimana pendapat masyarakat tentang diri si peminjam), serta hal-hal yang erat hubungannya dengan diri si peminjam |
| 3. |  | AO (Zaenal Arifin) Pada 17 Mei 2022                     | Setelah mendapatkan data atau kepribadian calon debitur maka BPR Catur Artha Jaya dapat memutuskan apakah calon debitur tersebut berhak menerima fasilitas kredit atau tidak  |

Pihak bank melakukan survei tersembunyi di sekitar lingkungan calon debitur dengan mengajukan pertanyaan kepada tetangga mengenai kehidupan sosial nasabah. Pihak bank juga mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dapat membantu dalam proses penilaian *personality* dari calon debitur itu sendiri. Penerapan *point* ini sudah terlaksana dengan baik.

b. *Party*

| No | Pertanyaan                                 | Responden   | Hasil   |
|----|--|---|---|
| 1. | Bagaimana kriteria dalam penilaian kredit? | Manajer Operasional (Arif Rachman H) Pada 25 April 2022 | BPR Catur Artha Jaya mengklasifikasikan calon debitur berdasarkan modal yang di ajukan oleh nasabah |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
| 2. |  | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto) Pada 9 Mei 2022 | Dalam penilaian kredit, loyalitas sangat penting dalam kredit untuk nasabah terus melakukan kredit di perusahaan , dan karakternya |
| 3. |  | AO (Zaenal Arifin) Pada 17 Mei 2022               | Karakter dari nasabah sangat penting di BPR Catur Artha Jaya untuk mencegah kredit macet   |

Penggolongan debitur BPR Catur Artha Jaya adalah dengan jalan memberi kemudahan dalam proses pemberian kredit berikutnya pada nasabah yang lancar pada pembayaran kredit sebelumnya. Debitur yang telah mengajukan permohonan kredit lebih dari sekali dilihat riwayat kreditnya, maka dari situlah pihak PT. BPR Catur Artha Jaya dapat melihat kelayakitan serta karakter calon debitur yang bersangkutan dengan itikad baik dalam pengembalian utang.

c. *Purpose*

| No | Pertanyaan   | Responden   | Hasil   |
|----|--|---|---|
| 1. | Bagaimana penerapan <i>purpose</i> di BPR Catur Artha Jaya | Manajer Operasional (Arif Rachman H) Pada 25 April 2022 | Tujuan keperluan kredit untuk berdagang di pasar seperti untuk penambahan modal   |
| 2. |  | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto) Pada 9 Mei 2022       | Terutama pada sektor pertanian yang banyak berada di Kantor Cabang BPR Catur Artha Jaya Undaan yang perlu jelas untuk tujuan peminjaman |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| 3. |  | AO<br>(Zaenal<br>Arifin)<br>Pada 17 Mei<br>2022 | AO juga meneliti apakah kreditnya benar-benar digunakan sesuai tujuan semua |
|----|--|---|---|

Penilaian yang pihak BPR Catur Artha Jaya laksanakan dalam memahami tujuan dari nasabah pada penggunaan dari kredit yakni dengan melakukan wawancara terhadap calon debitur tersebut serta mendatangi tempat usaha serta meninjau beberapa hal yang nantinya dilakukan pembiayaan. Dalam penerapan perusahaan untuk aspek ini sudah baik.

d. *Prospect*

| No | Pertanyaan  | Responden   | Hasil   |
|----|---|---|---|
| 1. | Bagaimana penerapan prinsip <i>prospect</i> pada BPR Catur Artha Jaya | Manajer Kredit<br>(Lukman<br>Widiyanto)<br>Pada 9 Mei<br>2022 | Prinsip ini berlaku khusus bagi nasabah yang mengajukan pinjaman untuk modal usaha atau bisnis yang dikelolanya   |
| 2. |   | AO<br>(Zaenal<br>Arifin)<br>Pada 17 Mei<br>2022               | Dengan mengetahui apakah usaha dan bisnis tersebut memiliki prospek ke depan yang bagus atau tidak, maka bank pun dapat memprediksi bagaimana perkiraan kemampuan bayar dari nasabah. |

BPR Catur Artha Jaya mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan usaha atau pekerjaan calon nasabah. Hal ini dilakukan guna mengetahui seberapa menguntungkan dan seberapa lama usaha atau pekerjaan tersebut dapat dijalankan. Aspek ini sudah



dijalankan dengan baik oleh perusahaan.

*e. Payment*

| No | Pertanyaan   | Responden  | Hasil   |
|----|--|--|---|
| 1. | Bagaimana penerapan prinsip <i>payment</i> pada BPR Catur Artha Jaya | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022 | dilihat dari sumber pendapatan nasabah, kelancaran usaha yang dijalankan, hingga prospek dari usaha tersebut.                     |
| 2. |  | AO (Zaenal Arifin)<br>Pada 17 Mei 2022               | Dengan begitu, pihak bank atau lembaga keuangan dapat menilai apakah nasabah tersebut memang dapat membayar kreditnya atau tidak. |

Pihak BPR Catur Artha Jaya melakukan survei terhadap kepemilikan harta dari calon debitur dan penghasilan tambahan selain dari usaha yang dijalankan guna melihat seberapa besar kemampuan mereka dalam pengembalian kredit kelak. Pihak bank melakukan penghitungan terhadap pendapatan perbulan dari calon debitur dan kemudian akan dihitung dengan pembayaran cicilan utang yang akan diberikan yang dengan begitu dapat membuat calon debitur mampu melakukan pembayaran dengan lancar atau tidak. Aspek ini juga sudah terlaksana dengan baik oleh BPR Catur Artha Jaya.

*f. Profitability*

| No | Pertanyaan   | Responden  | Hasil   |
|----|--|--|---|
| 1. | Bagaimana penerapan prinsip <i>profitability</i> pada BPR Catur Artha Jaya | Manajer Kredit (Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022 | bagaimana kemampuan calon peminjam dalam menghasilkan keuntungan atau laba. |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| 2. |  | AO<br>(Zaenal Arifin)<br>Pada 17 Mei 2022 | Semakin tinggi tingkat profitability dari calon peminjam, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan kredit yang diajukan dapat disetujui bank |
|----|--|---|---|

BPR Catur Artha Jaya melaksanakan pengawasan pada aktivitas usaha yang debitur jalankan. Dalam pengawasan dengan proses pengelolaan manajemen ini upaya juga tidak lepas dari perhatian dalam memahami proses perkembangan dari usahanya nanti, sebab dengan berkembangnya usaha tersebut dapat terlihat sudah sejauh mana dari kelancaran debitur didalam melakukan pembayaran hutangnya.

g. *Protection*

| No | Pertanyaan  | Responden   | Hasil   |
|----|---|---|---|
| 1. | Bagaimana penerapan prinsip <i>Protection</i> pada BPR Catur Artha Jaya | Manajer Kredit<br>(Lukman Widiyanto)<br>Pada 9 Mei 2022 | kriteria protectionn mengacu pada jaminan yang dapat diberikan oleh calon peminjam.   |
| 2. |   | AO<br>(Zaenal Arifin)<br>Pada 17 Mei 2022               | Selain jaminan berupa barang seperti aset rumah atau perusahaan, protection ini juga dapat berupa jaminan asuransi yang dimiliki oleh nasabah |

BPR Catur Artha Jaya selalu memperhatikan agunan yang diajukan dari para calon debitur. Dengan jaminan ini yang mampu dijadikan suatu perlindungan apabila terjadi suatu hal yang tidak diinginkan dari pihak bank misalnya kredit yang macet. Dalam perlindungan tersebut jaminan juga notaris melakukan pengesahan sehingga nantinya pihak bank memiliki wewenang kepada barang dari

jaminan tersebut. Perusahaan telah melakukan penerapannya pada aspek tersebut dengan sangat baik.

Walaupun dalam beberapa hal pada proses melakukan analisa terdapat aspek yang kadang tidak bisa dilakukan penerapan secara seutuhnya. Dalam beberapa masalah, aspek pada dua prinsip itu bisa terealisasi secara baik, namun pada permasalahan lain dengan seluruhnya pada aspek itu tidak terus terealisasi secara baik tetapi melakukan penyesuaian pada kondisi.

Apabila BPR tidak memakai dana yang tersedia dalam proses penyaluran dari kredit secara optimal, maka dengan ini BPR nantinya akan mendapatkan beban terhadap biaya dari bunga dana yang digabung. Pada biaya dana yang memiliki nilai tertinggi ialah dana dari pinjaman yang diterima antara bank maupun nonbank. Dalam suku bunga dari pinjaman yang diterima secara umum adalah suku bunga pada deposito secara berjangka serta rekening pada tabungan. Bertambahnya pengumpulan deposito secara berjangka pun mempunyai beban sendiri atas dana yang relatif tinggi, karena pada rata-rata dari suku bunga dari deposito BPR memiliki nilai lebih tinggi daripada bunga pada deposito bank pada umumnya. Dengan ini BPR perlu menghasilkan produk yang diperlukan oleh masyarakat dengan cara proses yang sederhana namun tetap berpatokan kepada prinsip hati-hati. Kemudian BPR perlu memberi kepastian terhadap kelancaran untuk kredit sehingga nantinya ketika diperlukan dalam melakukan pembayaran yang wajib terhadap penyimpanan

dana ataupun terhadap kreditur bisa berjalan secara lancar agar kepercayaan terus bertambah.

Determinasi penyaluran kredit pada BPR Catur Artha Jaya yaitu dengan promosi yang dilakukan perusahaan dan loyalitas nasabah. Loyalitas merupakan nasabah yang puas dan loyal tidak akan ragu menyebarkan kabar baik dan selalu menyebarkan hal-hal baik tentang produk perbankan yang dikonsumsinya.

### **6.2.3 Promosi**

Pada kaitannya melakukan pemasaran sebuah produk atau jasa, proses promosi ialah tahapan yang sesuai dalam menciptakan target terhadap pasar yang diinginkan. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi dengan tidak dilakukan pendampingan dengan sebuah strategi yang sesuai maka tidak tercapai dari target terhadap pasar secara optimal. Terdapatnya kemudahan nasabah didalam langkah kredit serta tingkat terhadap suku bunga secara murah berharap bisa melakukan perekrutan nasabah secara banyak dan melakukan peningkatan atas pertumbuhan dengan khusus pada sektor kredit. Mengenai visi daripada PT. BPR Catur Artha Jaya yakni menjadikan BPR yang sehat, terpercaya serta profesional. BPR Catur Artha Jaya merupakan andalan ataupun unggulan terhadap pelaku UMKM secara khusus, yang menjadikan kredit dengan harapan benar bisa dipakai dalam modal usaha untuk masyarakat dengan kategori secara khusus yakni ekonomi yang lemah.

Tujuan serta maksud dari BPR Catur Artha Jaya ialah melakukan peningkatan terhadap citra dari BPR Catur Artha Jaya dengan cara yang umum sehingga masyarakat di desa memahami bahwasannya usaha perusahaan walaupun kecil namun diperlukan serta bisa menolong masyarakat dalam berkembang. Dengan demikian BPR Catur Artha Jaya terus melakukan upaya dalam memberi pelayanan secara terbaik untuk para nasabah pada proses dengan cepat serta mudah. Menyediakan jasa ataupun produk yang tepat pada kebutuhan segmen dari pasar dan menjadi bank dengan terpercaya dan terdepan

Pada kaitannya dalam melakukan promosi terhadap fasilitas kredit, PT. BPR Catur Artha Jaya melakukan strategi dalam promos seperti dibawah ini:

– **Promosi-promosi nasabah dan memperkenalkan produk-produk**

Dalam melakukan peningkatan nasabah serta melakukan perkenalan terhadap produk produk dari BPR Catur Artha Jaya dengan melakukan promosi lewat media secara cetak yakni:

- Melakukan pembagian pamflet.
- Melakukan pemasangan spanduk pada setiap kantor kas ataupun kecamatan.
- Melakukan pemberian cinderamata untuk para nasabah.
- Mengadakan fasilitas mobil yang keliling agar melakukan *Branding* untuk BPR Catur Artha Jaya.
- Kemudian melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik seperti melakukan pemasangan iklan yang berisikan produk beserta fasilitas dari kredit di radio setiap daerah.

– **Jemput Bola**

Pada metode ini ialah suatu metode yang unggul dari PT. BPR Catur Artha Jaya yakni dengan melakukan cara terhadap nasabah yang tidak dapat menabung ataupun melakukan pembayaran atas kewajiban dari kreditnya terhadap PT. BPR Catur Artha Jaya nantinya akan mengunjungi setiap rumah nasabahnya.

Pada suku bunga terhadap kredit dari PT. BPR Catur Artha Jaya terbagi dalam dua jenis:

- Pada kredit umum bunganya sebesar 1,5% dari pokok pinjaman pada klasifikasi para nasabah ialah pedagang, petani, serta UMKM.
  - Pada kredit terhadap PNS/POLRI/TNI bunganya sebesar 1,25% dari pokok pinjaman melalui pemotongan gaji.
- Memudahkan dalam administrasi terhadap pelayanan dari kredit sebab segmen pada pasarnya ialah petani serta pedagang yang berada di daerah pedesaan yang secara umum masih banyak yang buta dalam aksara, sehingga seusaha dengan kemungkinan PT. BPR Catur Artha Jaya memberi kemudahan terhadap pengisian dri formulir untuk permohonan kredit untuk nasabah serta menolong dalam melakukan pengisiannya.
- **Jumlah pinjaman kredit yang besar menjadikan masyarakat tertarik untuk mengajukan kredit.**

PT. BPR Catur Artha Jaya memberi kredit dengan minimal Rp 1.000.000,- serta tidak terdapat biaya secara maksimal dan tergantung dari jaminan kredit nasabah tersebut.

- **Mengadakan pelatihan pegawai untuk meningkatkan kualitas pelayanan pegawai**

Pada dasarnya semua nasabah merasakan puas apabila pelayanan yang diberi dari para karyawan bank ialah pelayanan dengan memuaskan. Pada pelayanan itu bisa diberi dengan menunjukkan sikap yang ramah. Selanjutnya pimpinan PT. BPR Catur Artha Jaya pun mengadakan pelatihan kepada pegawainya dengan melakukan bimbingan serta mengajari karakter dari pegawai setiap pada 3 bulan sekali. Mengenai bagaimana melayani nasabah berbicara dengan nasabah serta beberapa hal yang nantinya mungkin dilaksanakan jika adanya nasabah yang memiliki komplain.

- **Menjalin hubungan yang akrab dengan para nasabah sehingga mereka merasa satu keluarga dengan bank.**

Ikatan itu bisa terwujud dengan melakukan komunikasi diantara karyawan kepada nasabah serta tidak perlu menggunakan pembicarannya yang seirus, namun dilakukan keseimbangan pada percakapan dengan santai ataupun lucu namun masih pada batasan yang umum.

- **Memperbanyak kantor kas dan pelayanan yang efisien di tiap- tiap kantor kas.**

Pada konteks ini semua nasabah yang berada di daerah seperti, daerah Undaan tidak harus pergi jauh menuju kantor PT. BPR Catur Artha Jaya Pusat dalam melakukan pinjaman modal, namun bisa secara langsung datang pada kantor kas Undaan.

Dibawah ini merupakan data yang diperoleh dari lapangan:

“Dalam kantor kas yang kami adakan terdiri dari empat kantor, yakni Pusat, Undaan, Gebog, Jekulo. Pada sekitaran daerah itu ada bidang-bidang usaha yakni perdagangan, pertanian, peternakan serta industri kecil lainnya yang menjadi sasaran dari BPR Catur Artha Jaya dalam melakukan penawaran tabungan ataupun kredit, dengan lewat kantor kas itu kami bisa mendapatkan nasabah yang baru serta melakukan peningkatan terhadap jumlah dari nasabah” (Sumber data dari : wawancara kepada Bapak Arief Rachman Hakim sebagai Manajer Operasional BPR Catur Artha Jaya)

– **Usaha-Usaha yang dilakukan BPR Catur Artha Jaya dalam mengatasi hambatan-hambatan yang muncul dalam pelaksanaan strategi promosi**

Dalam melaksanakan strategi pada promosi diatas, hambatan yang ditemukan PT.BPR Catur Artha Jaya diantaranya:

- Terdapatnya keterbatasan di modal.
- Sulitnya menangani nasabah yang memiliki kredit yang bermasalah.
- Para nasabah tidak selalu memerlukan kredit.
- Adanya persaingan secara keta tantara bank untuk memperoleh calon nasabah.

Dalam hal ini PT. BPR Catur Artha Jaya melakukan upaya-upaya dalam mencari jalan keluar dari hambatan tersebut diantaranya:

1. Solusi dalam menangani adanya keterbatasan dari modal

PT. BPR Catur Artha Jaya selalu mengupayakan dalam melakukan perekrutan calon nasabah dengan banyak serta melakukan pencarian terhadap calon nasabah yang memiliki potensi pada daerah lainnya ataupun pada



kantor, perumaham serta perusahaan yang umumnya memiliki minat dalam melakukan deposito.

2. Solusi dalam menangani nasabah yang tidak lancar didalam membayarkan kreditnya:

- Menegaskan proses penagihan pada debitur yang memiliki permasalahan dengan cara mengunjungi rumahnya.
- Memiliki sikap hati-hati didalam memberi kredit serta melakukan pencegahan dengan adanya dari kredit yang memiliki masalah.

3. Solusi dalam menangani adanya persaingan diantara bank dalam melakukan peningkatan terhadap jumlah dari nasabah yakni dengan cara menurunkan bunga dari kredit secara perlahan, meningkatkan bunga dari tabungan serta melakukan pengembangan serta melakukan penambahan kantor kas pada setiap kecamatan.

4. Untuk nasabah yang tidak memerlukan program kredit PT. BPR Catur Artha Jaya memiliki penawaran terhadap produk yang lainnya yakni dengan cara memberi bunga dengan tinggi.

#### ▪ **Strategi Promosi**

Pada upaya melakukan peningkatan jumlah dari nasabah dengan ini PT. BPR Catur Artha Jaya melaksanakan strategi dalam promosi, yakni dikenal dengan strategi pada *promotional mix*. Pada strategi dalam promosi tersebut dilaksanakan dalam melakukan promosi pada produk serta fasilitas dari kredit dari BPR Catur Artha Jaya didalam upaya meningkatkan terhadap

jumlah dari nasabah diantaranya:

– Periklanan (*Advertising*)

Promosi menggunakan iklan yang bisa dilaksanakan dengan bermacam-macam media yakni melalui:

- 1) Melakukan pemasangan pada *billboard* (papan nama) di jalan yang memiliki lokasi strategis.
- 2) Melakukan pencetakan iklan dengan brosur kemudian disebar ke semua cabang maupun pada pusat perbelanjaan.
- 3) Melakukan dengan media cetak Koran.
- 4) Melakukan dengan media cetak Majalah.
- 5) Melakukan dengan siaran Radio atau media siaran yang lain

- Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Ialah promosi yang dipakai PT. BPR Catur Artha Jaya dalam melakukan peningkatan terhadap jumlah dari nasabah lewat pemberian-pemberian hadiah untuk para nasabah. Disetiap tahun PT. BPR Catur Artha Jaya melangsungkan undian hadiah bagi seluruh produk- produk yang ada misalnya, deposito, tabungan serta kredit. Pada produk berupa tabungan, adalah tabungan MAXI ialah tabungan yang berhadiah tetapi tidak adanya bunga pada tabungan. Selanjutnya deposito, undian berhadiah atas dasar para nasabah yang terus aktif mendepositokannya pada BPR Catur Artha Jaya. Sementara itu dalam kredit, undian hadiahnya dengan dasar nasabah yang melakukan pelunasan terhadap pinjamannya sebelum waktu yang telah ditentukan. Namun undian berhadiah dalam kredit untuk saat ini tidak aktif

lagi dilakukan oleh BPR Catur Artha Jaya, kemudian yang selalu aktif pada tiap tahun diadakan ialah undian hadiah dalam bentuk tabungan MAXI.

Berikut hadiah yang diundi diantaranya:

- Mesin cuci
  - Lemari Es
  - Sepeda Motor
  - Televisi
  - Sepeda, serta hadiah menarik yang lain.
- *Publisitas (Publicity)*
- Pada promosi yang dilaksanakan oleh PT. BPR Catur Artha Jaya dalam melakukan peningkatan citra dari bank dengan cara langsung tatap muka dengan calon dari nasabah lewat aktivitas sponsor yang dilakukan setiap minggunya di alun-alun kudas. "Car Free Day" ialah sebuah aktivitas pasar ataupun pameran dengan melakukan penjualan bermacam-macam keperluan atau barang masyarakat yang dilaksanakan disetiap minggu pagi hingga siang. Peranan BPR Catur Artha Jaya ialah melakukan pinjaman modal kepada pedagang tersebut dengan tujuan dapat lebih mengenal dekat dengan adanya PT. BPR Catur Artha Jaya. Terdapatnya aktivitas publik semacam itu, bisa melakukan peningkatan reputasi bank bagi para semua nasabah.
- *Penjualan Pribadi (Personal Selling)*
- Ialah promosi yang dilaksanakan oleh PT. BPR Catur Artha Jaya lewat karyawannya sendiri didalam melakukan pelayanan dan ikut memberi

pengaruh kepada nasabah dalam memakai produk serta fasilitas dari kredit. Pada PT. BPR Catur Artha Jaya penjualan secara pribadi dilaksanakan dengan cara memberi pelayanan yang terbaik untuk nasabah sehingga nantinya nasabah memiliki rasa nyaman serta puas. Dalam pelayanan itu dilaksanakan secara baik oleh semua karyawan PT. BPR Catur Artha Jaya dimuali dari *Cleaning service* nya, kemudian satpam hingga pejabat dari PT. BPR Catur Artha Jaya.

Dalam stretegi dari PT. BPR Catur Artha Jaya mendapatkan hasil diantaranya:

- Meningkatnya jumlah dari nasabah PT. BPR Catur Artha Jaya.
- Bertambahnya jumlah terhadap kredit yang diberi oleh PT. BPR Catur Artha Jaya setiap tahunnya

Mengingat masih adanya peluang bagi perusahaan dalam melakukan persaingan dengan PT. BPR ataupun kepada bank umum yang lainnya, dengan ini memerlukan pelaksanaan promosi terus menerus dalam menarik perhatian serta minat dari nasabah sehingga dapat memaki jasa atau[un produk yang dihasilkan dari lembaga keuangan ini. Dengan ini PT. BPR Catur Artha Jaya melaksanakan bermacam-macam upaya dalam menangani kendala atau hambatan yang timbul pada proses pelaksanaan dalam strategi promosi. Upaya tersebut bisa dilaksanakan perusahaan dengan cara melakukan peningkatan pelayanan, yakni mengadakan pelatihan terhadap karyawan baru maupun lama, meningkatkan fasilitas produk lainnya pada BPR Catur Artha Jaya selain dari tabungan serta kredit yaitu deposito,

sementara dalam menangani persaingan diantara lembaga keuangan atau bank, PT. BPR Catur Artha Jaya berupaya melakukan pencarian ke daerah yang baru serta gencar dalam melakukan penawaran produk

Dengan menggunakan media promosi, perusahaan mengharapkan kredit yang disalurkan kepada masyarakat lebih dapat ditingkatkan. Hal ini membuktikan, bahwa nasabah memberikan kepercayaan kepada perusahaan untuk melakukan pinjaman dana. Adapun berbagai macam strategi promosi yang dilakukan BPR Catur Artha Jaya untuk meningkatkan citra perusahaan melalui produk kredit maupun tabungan, dan juga meningkatkan kepuasan nasabah, apalagi dengan bunga yang ditawarkan lebih bersaing. Dengan melakukan peningkatan terhadap promosi dari produk lewat iklan pada media cetak dimana memberi persyaratan perkreditan dengan lebih mudah dengan ini masyarakat dapat serta merta melakukan peminjaman. Oleh karena itu promosi harus dilakukan secara optimal, terutama para personil pemasaran untuk selalu aktif mempromosikan produk dan pelayanan dari BPR Catur Artha Jaya, mengingat saat ini semakin banyak pesaing yang menawarkan produk yang serupa.

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **7.1. Kesimpulan**

Tyuyiy

Dengan hasil dari pembahasan terkait dengan permasalahan dalam laporan ini dengan menggunakan studi komparatif, dengan ini bisa diambil simpulan dibawah ini:

1. Adanya permasalahan yang terjadi di divisi manajemen keuangan BPR Catur Artha Jaya meliputi, dana pihak ketiga dan penyaluran kredit yang kurang maksimal terlihat dalam laporan keuangan dan pengenalan masyarakat terhadap bank perkreditan rakyat tersebut. Selain itu, dalam mempertahankan loyalitas nasabah menjadi kesulitan bagi BPR Catur Artha Jaya.
2. Pengertian dari BPR (Bank Perkreditan Rakyat) adalah perbankan dan lembaga yang bergerak di bidang keuangan dengan menjalankan fungsi intermediasi, dalam aktivitas komersial berdasarkan Undang- Undang Nomor 10 pada Tahun 1998. Kegiatan bank meliputi penghimpunan uang dari masyarakat serta penyaluran dana untuk masyarakat dengan berbentuk kredit.
3. Kinerja penghimpunan dana pada BPR Catur Artha Jaya tidak stabil dari tahun 2017 hingga tahun 2021 karena mayoritas pendanaan berasal dari dana masyarakat ataupun DPK diantara bank.

4. Suatu BPR yang sebagian besar berasal dari adanya deposito serta tabungan, kedua hal tersebut merupakan dana masyarakat pihak ketiga, yang kemudian BPR menilai sudah menjalankan fungsi intermediasinya menjadi perbankan dan lembaga dibidang keuangan secara baik.
5. Dalam kinerja terhadap penyaluran kredit BPR sejak tahun 2017 hingga tahun 2021, trend tersebut selalu mendapati peningkatan yang menjadikan BPR mempunyai sebuah peluang dalam melakukan peningkatan aktiva terhadap produktif, profit serta pendapatan.
6. Yang mempengaruhi penyaluran kredit adalah DPK yang menjadi dana yang dihimpun dari masyarakat pada sumber modal yang besar yang dapat dipercaya suatu bank. Sesudah melakukan penghimpunan dana yang besar dari masyarakat, aktivitas bank kemudian ialah menyalurkan dana itu untuk pihak yang memerlukan, berupa kredit ataupun pinjaman. Sementara itu penyaluran dalam kredit ialah aktivitas perbankan yang sangat penting dalam memperoleh sebuah keuntungan. Dengan bertambah besarnya suatu modal pada pihak ketiga yang didapatkan, Dengan itu bertambah besar juga kemampuan dari bank untuk memberikan suatu kredit. Selanjutnya strategi promosi bank memegang peran yang penting dalam mendapati lingkungan secara dinamis serta akhirnya ialah mencapai keuntungan dengan ketentuan ataupun keberhasilan dalam peningkatan keuntungan yang tertentu.
7. Pada Strategi dalam pemasaran yang dikembangkan oleh bank harus dilakukan pengembangan tepat dengan mengikuti perkembangan pada pasar

serta lingkungannya. Usaha yang dilakukan BPR Catur Artha Jaya sudah baik tetapi perlu ditingkatkan seperti membagikan brosur dievent, mengadakan pelatihan pegawai untuk memotivasi pegawai berupa penghargaan bulanan, dan juga gejar melakuakn promosi di media cetak, radio dan juga media sosial untuk lebih mendekatkan kepada calon nasabah karena banyaknya persaingan dalam perbankan seperti membuat promosi lebih menarik dan menargetkan anak muda sebagai kreditur.

8. Dalam strategi pada promosi yang dilaksanakan oleh BPR untuk melakukan pertumbuhan dari nasabah serta kredit yang diberi, yakni memakai *promotional mix*:

- Dalam periklanan, yakni dengan cara bermacam-macam media semacam, melakukan pemasangan untuk spanduk, memberi brosur di jalan atau pusat belanja, melakukan pemasangan pada iklan serta membagi pamflet yang ada.
- Pada promosi dalam penjualan, yakni menggunakan pengadaan undian hadiah dari produk yang dihasilkan perusahaan, tabungan dan kredit.
- Publisitas, yaitu perusahaan meminjami modal pada para pengusaha ekonomi menengah ke bawah sebagai tujuan dalam peningkatan sebuah citra perusahaan dari nasabah.
- Dalam penjualan secara pribadi, yakni memberi pelayanan dengan terbaik untuk para nasabah sehingga nantinya nasabah akan merasa nyaman serta puas.



## 7.2. Rekomendasi

### 7.2.1 Rekomendasi Terkait dengan Hasil Analisis Bab 6

1. BPR Catur Artha Jaya hendaknya melakukan peningkatan terhadap kinerja dari setiap tahunnya sehingga nantinya akan lebih baik yang membuat masyarakat yang menjadi pihak ketiga mempunyai suatu kepercayaan serta keinginan dalam menyimpan dana yang mereka punya.
2. Dalam menghadapi hambatan penyaluran kredit, BPR Catur Artha Jaya hendaknya melakukan penambahan terhadap jumlah dari karyawan yang menjadi tenaga pemasaran untuk menguasai lingkungan pasar, memahami keperluan serta keinginan dari para konsumen, menghasilkan produk baru serta nantinya akan bisa melakukan pemasaran produk yang dipunyai dengan cara maksimal.
3. Marketing memberikan penyuluhan untuk masyarakat ataupun untuk calon dari nasabah, begitupun sosialisasi untuk masyarakat terkait BPR bisa terjadi peningkatan, sehingga adanya BPR sudah tidak asing ditengah-tengah lingkungan masyarakat, serta kepercayaan dari masyarakat ataupun calon dari nasabah pun nantinya akan meningkat.
4. Tidak hanya analisis 5C tetapi juga analisis 7P. Hanya dari calon pelanggan tetapi membutuhkan keaslian data yang diberikan oleh nasabah dari orang-orang terdekatnya dan dari berbagai sumber lain agar analisis yang dilakukan efisien dan efektif serta dapat dikreditkan tepat sasaran
5. Perusahaan perlu bisa dalam melakukan pertahanan serta peningkatan terhadap strategi dalam promosi yang dilaksanakan, meningkatkan kualitas

pelayanan terhadap nasabah atau calon debitur, seperti; bersikap selektif dalam melakukan pilihan terhadap calon debitur, menggunakan penilaian dengan melakukan pertimbangan dalam kelayakan suatu kredit agar tidak terjadi kredit macet.

6. Untuk meningkatkan, memajukan dan mengembangkan kinerja PT. BPR Catur Artha Jaya, perlu dilakukan keseimbangan pada strategi serta tahapannya secara nyata serta tepat, yakni dengan melakukan peningkatan pada strategi dalam promosi, melakukan perbaikan pada pelayanan serta yang lainnya. Dengan suatu persaingan diantara bank ialah menjadi tantangan untuk PT. BPR Catur Artha Jaya dalam selalu melakukan peningkatan promosi serta melakukan dorongan terhadap karyawannya dalam melaksanakan penanganan aktivitas promosi dengan lebih efisien serta efektif.
7. Promosi yang dilakukan hanya kepada nasabah yang datang ke perusahaan, dan baru sebagian kecil produk bank yang diketahui oleh calon nasabah.
8. Bagi BPR Catur Artha Jaya, peningkatan efisiensi operasional perusahaan secara internal maupun eksternal sangat penting untuk mendukung pertumbuhan perusahaan (bank) dengan cara meningkatkan pendapatan bank dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

### **7.2.2 Rekomendasi Hal yang Perlu diperbaiki Organisasi Tempat Magang Terhadap Peserta Magang dan Karyawan**

1. Peningkatan promosi agar dapat efektif dan optimal dalam meningkatkan penyaluran kredit.

2. Meningkatkan pelayanan nasabah karena pelayanan merupakan hal penting bagi nasabah dalam menentukan bank yang dipilih nasabah.
3. Dengan disiplin kerja karyawan yang baik seperti datang tepat waktu, mengerjakan pekerjaan sesuai rencana perusahaan, mengikuti peraturan perusahaan maka akan dapat meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.
4. Melakukan evaluasi karyawan untuk mengetahui aspek mana yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki bagi karyawan
5. Kenaikan gaji karyawan
6. Pemberian penghargaan kepada karyawan terbaik (Best Employee) dilakukan setiap bulan sebagai bentuk motivasi untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan lainnya sehingga dapat berprestasi lebih.

### **7.2.3 Rekomendasi Hal yang Perlu diperbaiki Program Studi Terhadap Kegiatan Magang**

1. Membimbing atau mengenalkan mahasiswa untuk memilih lokasi magang yang terbaik, paling cocok untuk prodi manajemen agar memudahkan mahasiswa
2. Memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam proses pembelajaran dengan membuat buku saku mahasiswa dengan panduan program studi bagi mahasiswa magang.

3. Memberikan pembinaan kepada perusahaan tempat magang bisa melalui sarana online atau offline pilihan mahasiswa tentang program magang MBKM sehingga perusahaan dapat mengatur mahasiswa sesuai program.
4. Mengatur penunjukan dosen pembimbing sebelum mahasiswa menyelesaikan kegiatan magang agar lebih mudah bagi mahasiswa untuk melakuakn bimbingan dengan dosen pembimbing.
5. Menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk melakukan evaluasi selama magang, dimana mahasiswa dapat mengkomunikasikan kemajuan dan kendala selama magang.



## BAB VIII

### REFLEKSI DIRI

#### 8.1. Hal - Hal Positif dari Perkuliahan yang Relevan terhadap Pekerjaan

##### Selama Magang

Ilmu yang saya dapatkan selama perkuliahan, sangat membantu dan bermanfaat selama melaksanakan kegiatan magang di PT. BPR Catur Artha Jaya. Pembelajaran yang sangat relevan dengan kegiatan magang yaitu manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan operasional. Selain itu, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung telah membekali saya sebagai mahasiswa tidak hanya secara akademik tetapi juga Pendidikan islami dan dimana harus memiliki sopan santun dan etika terhadap orang lain, karakter yang atau dikenal dengan “BUDAI”.

Berbekal ilmu yang saya dapatkan dari “BUDAI”, saya diterima dengan baik dan mudah berbaur dengan seluruh karyawan yang ada di PT. BPR Catur Artha Jaya. Hal tersebut sangat melatih saya untuk bisa berkomunikasi dengan baik selama magang terhadap karyawan di seluruh bagian dalam perusahaan. Sehingga, saya diberikan kesempatan untuk terus belajar hal-hal baru yang belum saya pelajari sebelumnya khususnya dalam pengelolaan pinjaman saya rasakan di setiap bagian BPR Catur Artha Jaya yang melengkapi pengetahuan dan pemahaman saya tentang dunia perbankan.

Konsistensi nilai yang di ajarkan Fakultas Ekonomi juga mempunyai kepribadian secara islami dengan menggunakan 5 nilai utama yakni , *cooperation*, *leadership*, *innovative*, *fairness* dan amanah, dengan disingkat menjadi kata

“Choolifah”. Bagi saya nilai-nilai itu memberikan insight yang sangat bermanfaat selama proses magang di PT. BPR Catur Artha Jaya. Nilai Cooperation memberikan saya kemampuan untuk bisa bekerjasama dengan karyawan dalam perusahaan sehingga saya diberikan kesempatan untuk membantu setiap kegiatan dalam perusahaan. Nilai Leadership atau kepemimpinan saya berani menerima komplain nasabah ketika ada nasabah yang komplain dan berani mengambil keputusan jika ditanyakan langsung kepada manajemen perusahaan. Innovative adalah nilai yang menjadikan saya untuk memiliki pola pikir yang berkembang dan luas untuk dapat memecahkan permasalahan di tempat magang dengan ide-ide yang baru. Fairness atau bersikap adil yang membuat saya bersikap adil dalam pekerjaan yang ditugaskan oleh siapapun di tempat magang. Terakhir adalah nilai Amanah yang membuat saya selalu berpegang teguh dengan kejujuran dan bersungguh-sungguh ketika diberikan kepercayaan dalam menjalankan tugas magang.

## **8.2. Manfaat Magang terhadap Pengembangan dan Kekurangan Soft-Skills**

### **Mahasiswa**

Kegiatan magang di PT. BPR Catur Artha Jaya yang berlangsung selama empat bulan memberikan saya berbagai pengembangan soft skill. Saya dilatih untuk selalu berpikir kritis di setiap situasi dan masalah dalam tugas yang diberikan. Hasil dari kemampuan berpikir yang baik tersebut akan menghasilkan solusi terbaik yang dibutuhkan perusahaan. Para karyawan selalu memberikan kesempatan kepada saya untuk memberikan kemampuan terbaik yang sebenarnya belum tentu benar bagi mereka. Sehingga selama saya magang, rasa keingintauan yang sangat tinggi

terhadap hal yang baru, kepercayaan diri, dan berani mengeluarkan pendapat dengan berjalannya waktu semakin meningkat.

Selain itu, cara berkomunikasi saya dengan orang lain semakin baik dengan adanya kegiatan magang ini. Tertata dan berani berbicara banyak menjadi sebuah kemajuan bagi saya. Selain itu saya juga dapat berkomunikasi lebih baik pada saat berbicara di hadapan banyak orang karena pada saat magang saya banyak berkomunikasi langsung dengan karyawan ataupun nasabah. Apalagi, PT. BPR Catur Artha Jaya merupakan perusahaan yang memberikan layanan kepada orang lain dimana dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan nasabah dengan baik sehingga memuaskan pihak-pihak tersebut. Dan membuat saya belajar untuk bersosialisasi secara langsung dengan para karyawan dan nasabah.

Namun, selama magang dimana saya telah diberikan kesempatan oleh PT. BPR Catur Artha Jaya tidak membuat saya gampang puas terhadap hasil yang sudah saya dapatkan tetapi juga membuat saya mengasah kemampuan lagi untuk menurupi kekurangan-kekurangan yang masih saya miliki dan perbaiki. Ketika diberikan tugas, terkadang saya kurang teliti ketika menginput data nasabah dan menulis angka-angka yang salah sehingga akan memperlama waktu bekerja. Sehingga, hal-hal tersebut harus saya perbaiki agar dikemudian hari semakin baik dalam soft-skills yang saya punya.

### **8.3. Manfaat Magang terhadap Pengembangan Kemampuan Kognitif**

#### **Mahasiswa**

Kegiatan magang memberikan manfaat terhadap pengembangan kemampuan kognitif saya. Kemampuan tersebut mempengaruhi tanggung jawab dan perilaku. Selama magang, saya merasakan kemampuan kognitif saya berkembang seperti kemampuan mengingat dan mempelajari keterampilan baru dengan cepat. Ketika saya dijelaskan terkait operasional perusahaan khususnya di bagian manajemen pemasaran, saya berusaha mengingatnya dengan mencatat agar tugas yang diberikan kepada saya selanjutnya berjalan lancar dan dapat membantu perusahaan. Selain itu, saya belajar untuk tetap fokus dalam tugas yang diberikan karena jika terjadi kesalahan maka yang dirugikan perusahaan dan konsumen.

Awal kegiatan magang berlangsung saya merasa takut ketika menghadapi orang baru dan berusaha tidak terlalu berinteraksi dengan banyak orang. Namun, seiring waktu, karena tempat magang merupakan perusahaan bergerak di bidang jasa maka saya terus belajar untuk beradaptasi dengan orang di sekitar dan cara berkomunikasi lebih baik daripada sebelumnya. Rasa percaya diri pun terus meningkat.

Kemampuan kognitif saya semakin berkembang namun memang saya merasa masih banyak hal yang perlu diperbaiki dalam diri saya seperti kurangnya teliti ketika mengerjakan tugas dari perusahaan dalam hal memasukkan data konsumen atau menghitung hasil setoran dari konsumen. Selain itu, pemikiran saya masih kurang luas serta terlihat hanya dari satu perspektif. Berfikir secara luas akan menghasilkan gagasan yang kuat dimana dapat berpengaruh bagi semua aspek.



#### **8.4. Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang**

Kegiatan Magang memberikan manfaat bagi saya untuk terus mencoba hal-hal baru dan mengembangkan soft skill saya untuk terus berkembang menjadi lebih baik. Banyak sekali pengalaman yang saya dapatkan dari sesuatu saya kerjakan selama proses magang. Hal-hal positif yang saya dapatkan disana sangat berguna juga untuk menghadapi dunia kerja dan kunci sukses dalam bekerja. Pembelajaran dari pengalaman magang yang bisa saya dapatkan salah satunya adalah bertanggung jawab, ketepatan, kecepatan, dan kejujuran merupakan kunci sukses yang diperlukan ketika menyelesaikan sebuah pekerjaan dalam kehidupan.

Berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain yang berpengalaman juga menjadi kunci kesuksesan bekerja karena akan menambah wawasan dan pengetahuan yang luas sehingga akan terus mengembangkan skills saya agar tidak *stag* di satu tempat saja. Selain itu, tekad yang kuat akan menentukan apakah berani mengambil keputusan atau tidak dan berani mencoba hal baru.

#### **8.5. Rencana Pengembangan Diri, Karir, dan Pendidikan Mahasiswa**

Hasil dari proses kegiatan magang tidak menjadikan saya menjadi puas diri dari apa yang saya dapatkan. Saya memiliki tekad dan keinginan untuk terus belajar dan mengembangkan skills saya yang nantinya menjadi bekal di dunia kerja. Mengingat ketatnya dalam persaingan di dunia kerja pada waktu ini. Saya berencana untuk mengikuti berbagai pelatihan atau workshop online maupun offline seputar dunia *digital marketing*, *financial*, dan pelatihan administrasi seperti Microsoft. Selain itu, mencari seminar-seminar dengan topik dan pembicara berpengalaman untuk

menambah wawasan dan pengetahuan saya selain pelatihan yang saya sebutkan. Rencana pengembangan tersebut saya butuhkan untuk menjadi bagian BUMN atau pemerintahan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, G., Maha, D., Yuliarmi, N. N., Ekonomi, J., Fakultas, P., & Universitas, E. (2011). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENYALURAN*. 284–293.
- Anggraeni, R. K. (n.d.). *LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS ( Studi Pada PT . BPR Wlingi Pahala Pakto )*. 12(2), 1–10.
- Andrew, N. (2014). Fungsi Bank dalam Penyaluran Kredit Perbankan. *Lex Privatum , Vol.II/No. 3/Ags-Okt/2014*. 3.
- Bernardin, D. E. Y., Sofyan, I., & Komalasari, Y. (n.d.). *Savings As a Major Factor in Appointment of Distribution of Credit in addition to Other Third Party Funds*. 10–17.
- Dwihandayani, D. (2016). *ANALISIS KINERJA NON PERFORMING LOAN ( NPL ) PERBANKAN DI INDONESIA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NPL*. 100, 265–274.
- Fitri, M. (n.d.). *PERAN DANA PIHAK KETIGA DALAM KINERJA LEMBAGA PEMBIAYAAN SYARIAH DAN FAKTOR-*. VII, 73–95.
- Jesus, E. R. De. (2022). *Influence Of Third-Party Funds , Opertional Risk , Loan Banco Nasional Do Comersio De Timor Leste ( Bnctl ) Dili Timor-Leste*. 4, 16–35.
- Kamar, K. (2013). Anaisis Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Artha Prima Sejahtera. *Jurnal IPSIKOM*, 2(1).

- Noviantoro, R., & Purwoko, U. (2017). Pengaruh Murabahah Dan Struktur Modal Sendiri Terhadap Imbal Hasil Studi Pada Bpr Syariah Di Pulau Jawa. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 147–164. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v5i2.385>
- Parapat, E. P. S., & Kisno, K. (2019). Analisis Kinerja Keuangan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kabupaten Simalungun. *Owner*, 3(1), 140–143. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i1.96>
- Parenrengi, S., & Hendratni, W. T. (2018). Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Penyaluran Kredit terhadap Profitabilitas (ROA) Bank. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, Vol. 1*(No. 1), 9–18. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.15>
- Pratiwi, S., & Hindasah, L. (n.d.). *Pengaruh Dana Pihak Ketiga , Capital Adequacy Ratio , Return nn Asset , Net Interest Margin dan Non Performing Loan Terhadap Penyaluran Kredit Bank Umum di Indonesia.*
- Pujiati, P., Kisman, Z., & Bastaman, A. (2020). Analysis of Capital Adequacy Ratio, Prime Lending Rate, and Third-Party Funds on Profitability of Commercial Banks in Indonesia, With Liquidity as Intervening Variable. *Journal of Economics and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.01.187>
- Rahmayeli, D. S., & Marlius, D. (2015). *ANALISIS KINERJA KEUANGAN PADA PT . BANK PESISIR SELATAN.* 1–7.
- Revenue, J. (2020). *PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO ( CAR ) , LOAN TO DEPOSIT RATIO ( LDR ) DAN NON PERFORMING LOAN ( NPL )*

*TERHADAP RETURN ON ASSET ( ROA ) PADA SEKTOR PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA Pengaruh Capital Adequacy Ratio ( CAR ), Loan To Deposit Ratio ( LDR ) Dan Non Performing Loan ( NPL ) Terhadap Return On Asset ( ROA ) Pada Sektor Perbankan Di Bursa Efek. 01(01).*

Setiawan, D., & Afrianti, D. (2018). PENGARUH DANA PIHAK KETIGA TERHADAP PEMBERIAN KREDIT DAN LABA BERSIH BANK (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero),Tbk Kantor Cabang Majalaya Unit Dayeuhkolot) . *Akurat*, 9(3), 1–20.

Sondakh, J. J., Tulung, J. E., & Karamoy, H. (2021). The effect of third-party funds, credit risk, market risk, and operational risk on profitability in banking. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2), 179–185.  
<https://doi.org/10.22495/jgrv10i2art15>

Supeno, W. (2017). Analisis Kinerja Penghimpunan Dana dalam Meningkatkan Penyaluran Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Moneter*, IV(oktober), 121–131.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/2336>