

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG**



OLEH

**AYU ANDIRA
NIM : 2020203862201029**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG**



OLEH

**AYU ANDIRA
NIM : 2020203862201029**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi
(S.Tr.Ak.) pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : AYU ANDIRA

NIM : 2020203862201029

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.3467/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

NIP : 19700627 200501 1 005

Pembimbing Pendamping : Ira Sahara, S.E., M.Ak.

NIP : 19901220 201903 2 016

(.....)

(.....)

Mengetahui:



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Muhammadun, M.Ag.

NIP 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : AYU ANDIRA

NIM : 2020203862201029

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.3467/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023

Tanggal Kelulusan : 06 Juni 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.	(Ketua)	(.....)
Ira Sahara, S.E., M.Ak.	(Sekertaris)	(.....)
Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.	(Anggota)	(.....)
Sri Wahyuni Nur, S.E., M.Ak.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Hafid Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”. Tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Shalawat dan salam senantiasa mengalir kepada Baginda Nabiullah Muhammad saw. Yang kita nanti-nantikan syafaatnya baik di dunia maupun di akhirat, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis mengaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mursalim terima kasih telah menjadi superhero, panutan dan selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya. Pintu surgaku, Ibunda Darmawati yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta menjadi penguat dan pengingat paling hebat, terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan selama ini. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, gelar ini kupersembahkan

untuk kalian. Berkat dukungan dan doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik dengan baik di waktu yang tepat.

Penulis juga telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. dan Ibu Ira Sahara, S.E., M.Ak. selaku pembimbing I dan II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dengan penuh tanggung jawab dalam mengembangkan dan pengelolaan media belajar di IAIN Parepare menuju ke arah lebih baik.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Ahmad Zul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. selaku ketua jurusan Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah yang telah berjasa dan mendedikasikan hidup beliau untuk jurusan sehingga Jurusan Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah saat ini berkembang dengan baik.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Seluruh kepala unit yang berada dalam lingkungan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.

6. Pimpinan dan Seluruh jajaran PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang beserta seluruh staf yang telah mengizinkan dan memberikan data informasi terkait penelitian.
7. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan bantuan berupa moril maupun materi serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di IAIN Parepare.
8. Saudariku tersayang Azmy Adzkiya yang dengan kehadirannya, selalu mengingatkan posisi saya sebagai seorang kakak yang memiliki tanggung jawab besar dalam keluarga.
9. Sahabat seperjuangan Rebels (Rastina, St. Anugrahwati, Firdayanti Syamsuddin, Nurfadillah, Resty Rahman, dan Nurhayati B), terima kasih selalu ada di saat senang maupun susah, terima kasih sudah menjadi teman yang selalu memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak kita bertemu kembali dengan kabar kesuksesan masing-masing.
10. Terimakasih juga kepada teman semester akhir, Serliyana dan Hasliana atas bantuan dan petunjuknya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih karena tidak mudah menyerah, terima kasih karena sudah berjuang sampai saat ini, suatu kebanggaan bisa sampai tahap ini, kenyataannya untuk sampai tahap ini bukanlah hal yang mudah, perjalanan ini dibarengi keringat dan air mata, tapi kenyataannya saya bisa sampai tahap ini, saya hebat, terima kasih untuk diri sendiri.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik berupa moril maupun material sehingga tulisan ini dapat

diselesaikan. Semoga Allah Swt., membalas segala kebaikan dan menjadikan sebagai amal jariyah serta senantiasa memberi rahmat dan pahala-Nya.

Akhir kata penulis sampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 05 Maret 2024
24 Sya'ban 1445

Penulis,



Ayu Andira

NIM: 2020203862201029



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Andira
NIM : 2020203862201029
Tempat/Tgl. Lahir : Langnga, 31 Oktober 2002
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabilah dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau keseluruhannya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 05 Maret 2024
24 Sya'ban 1445

Penulis,



Ayu Andira

NIM: 2020203862201029

ABSTRAK

Ayu Andira. *Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang* (dibimbing oleh Bapak H. Mukhtar Yunus dan Ibu Ira Sahara).

Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu lembaga keuangan yang ikut berperan untuk membantu program pemerintah dalam menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Pada Bank BRI Unit Langnga Kabupaten Pinrang jumlah nasabah yang mengambil kredit setiap bulannya tidak menentu, kadang mengalami kenaikan dan bahkan mengalami penurunan yang drastis. Dengan begitu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana 1) Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam memperkenalkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di Bank BRI, 2) Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan memilih Bank BRI untuk memperoleh kredit, dan 3) Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan, serta metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan melakukan pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data.

Hasil penelitian terkait Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang adalah: 1) Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam memperkenalkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di Bank BRI yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran dengan menerapkan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi proses, dan strategi bukti fisik. 2) faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan memilih Bank BRI untuk memperoleh kredit adalah faktor sosial, faktor pelayanan, faktor pribadi, dan faktor psikologis. 3) Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit yaitu melalui lima tahapan, diantaranya: mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi pilihan, pengambilan keputusan dan hasil.

Kata Kunci: Strategi Bank Rakyat Indonesia (BRI), Kredit, Keputusan Nasabah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teoritis	13
1. Keputusan Nasabah	14
2. Strategi Pemasaran	21
3. Kredit.....	31
4. Bank.....	39
C. Tinjauan Konseptual.....	44
D. Kerangka Pikir.....	46

BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
C. Fokus Penelitian	50
D. Jenis dan Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	52
F. Uji Keabsahan Data.....	54
G. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Hasil Penelitian.....	60
1. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga Kabupaten Pinrang Dalam Memperkenalkan Kredit ke Nasabah Sehingga Memutuskan Mengambil Kredit di Bank	60
2. Faktor-faktor Yang Menjadi Pertimbangan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Bank BRI Untuk Memperoleh Kredit.....	75
3. Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Kredit	84
B. Pembahasan	87
1. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga Kabupaten Pinrang Dalam Memperkenalkan Kredit ke Nasabah Sehingga Memutuskan Mengambil Kredit di Bank	87
2. Faktor-faktor Yang Menjadi Pertimbangan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Bank BRI Untuk Memperoleh Kredit.....	96
3. Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Kredit	100

BAB V PENUTUP.....	104
A. Simpulan.....	104
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111
BIODATA PENULIS	137



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Nasabah Kredit PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang Tahun 2023	4



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	47



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Format Instrumen Penelitian	112
Lampiran 2	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	117
Lampiran 3	Berita Acara Revisi Judul Skripsi	118
Lampiran 4	Surat Izin Observasi Tempat Penelitian	119
Lampiran 5	Surat Izin Pelaksanaan penelitian	120
Lampiran 6	Surat Selesai Meneliti	121
Lampiran 7	Surat Perizinan Penelitian	122
Lampiran 8	Bukti Wawancara	123
Lampiran 9	Dokumentasi	133
Lampiran 10	Biodata Penulis	137

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ص	Sad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوَّ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : h}aula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَيَّ	fathah dan alif atau ya	a>	a dan garis di atas
إَيَّ	kasrah dan ya	i>	i dan garis di atas
أَوَّ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : Ma>ta

رَمَى : Rama>

قِيلَ : Qīla

يَمُوتُ : Yamūtu

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : Rauḍah al-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : Al-madīnah al-fāḍilah

الْحِكْمَةُ : Al-hikmah

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا *Rabbana*>

نَجِينَا	<i>Najjaina></i>
الْحَقُّ	<i>Al-Ḥaqq</i>
الْحَجُّ	<i>Al-hajj</i>
نُعَمَّ	<i>Nu‘‘ima</i>
عَدُوُّ	<i>‘Aduwwn</i>

Jika huruf *ى* ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)
عَلِيٌّ	‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar.

Contohnya:

الشَّمْسُ	: Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)
الزَّلْزَلَةُ	: Al-Zalزالah (bukan az-zalزالah)
الفَلْسَفَةُ	: Al-Falsafah
الْبِلَادُ	: Al-Bila>du

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: Ta'murūna
النَّوْءُ	: An-Nau'
شَيْءٌ	: Syai'un
أُمِرْتُ	: Umirtu

8. Penulisan Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia.

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *sunnah*, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi> z}ila>l al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibara>t bi 'umum al-lafz} la> bi khusus al-sabab

9. Lafz al- Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ Dīnullāh بِاللَّهِ Bi>lla>h

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma> muhammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wudi' alinna>si lalladhi> bi Bakkata muba>rakan

Syahru ramadan al-ladh>i unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusi>

Abu> Nasr al- Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu> al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,

Abu> al- Wali>d Muhammad (bukan : Rusyd, Abu> al-Walid Muhammad Ibnu)

Nas}r Hamid Abu> Zaid, ditulis menjadi: Abu> Zaid, Nas}r Hami>d

(bukan: Zaid, Nas}r Hami>d Abu>)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

- a. Swt. = *subhanahu wa ta'ala*
- b. Saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*
- c. a.s. = *'alaihi al-sallam*
- d. r.a = *radiallahu 'anhu*
- e. QS.../...4 = QS. Al-Baqarah/2:4 atau QS. Al-Imran/3:4
- f. HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

- | | | |
|------|---|------------------|
| ص | = | صفحة |
| دو | = | مكان بدون |
| صهعي | = | وسلم عليه صلواته |
| ط | = | طبعة |
| دن | = | بدونناشر |

الخ = إلأخره/لأخرها
خ = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan berekonomi, semua manusia melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Uang tentunya sangat dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Permasalahan yang sering muncul adalah ketika kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimiliki. Banyak juga orang yang ingin mendirikan usaha kecil hingga usaha menengah dan juga mengembangkan usaha yang sudah ada tetapi tidak memiliki dana yang cukup. Sebagian besar masyarakat memiliki uang atau simpanan yang terbatas, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pinjaman uang guna memenuhi kebutuhan financial masyarakat ataupun pengusaha dalam kegiatan ekonomi.

Telah disebutkan bahwa masalah pokok dalam perekonomian timbul karena adanya kelangkaan (*scarcity*), dalam sumber daya sementara kebutuhan manusia tidak terbatas. Kebutuhan disini dimaksudkan dengan keinginan masyarakat untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa. Upaya manusia untuk melakukan pengaturannya guna memenuhi kebutuhannya menghendaki seseorang, perusahaan atau masyarakat untuk membuat keputusan tentang cara terbaik untuk melakukan kegiatan ekonomi. Pembuatan keputusan tersebut dimungkinkan karena tersedianya alternatif pilihan dalam melakukan kegiatan agar dapat memilih alternatif terbaik yang mungkin.¹ Melihat permasalahan perekonomian tersebut salah satu lembaga

¹S.E.M.S. Arwin, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Cendekia Publisher, 2020) hal. 3. <<https://books.google.co.id/books?id=TcYOEAAAQBAJ>>.

keuangan berbentuk bank ikut berperan dalam membantu program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat dengan memberikan modal untuk usahanya melalui penyaluran kredit.

Menurut UU No.10 tahun 1998 tentang perbankan, bank adalah lembaga keuangan yang berdampak pada perekonomian suatu negara. Sumber dana yang berasal dari masyarakat baik dalam bentuk tabungan maupun deposito disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit). Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.²

Bank Rakyat Indonesia (BRI) bukanlah suatu hal yang asing di masyarakat karena bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian. Tidak bisa dipungkiri, sejak dunia memasuki era globalisasi peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Hampir semua sektor usaha yang meliputi sektor industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, jasa dan perumahan sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam melakukan transaksi keuangan. Semua sektor keuangan usaha maupun individu saat ini dan masa yang akan datang tidak akan lepas dari sektor perbankan bahkan menjadi kebutuhan dalam menjalankan aktivitas keuangan dalam mendukung kelancaraan usaha.

²Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat (1) Tentang Perbankan Dalam Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 108.

Disamping itu, era perdagangan bebas ini persaingan dalam bisnis perbankan sangat ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi antara bank, tetapi persaingan juga datang dari lembaga keuangan lain yang berhasil mengembangkan produk-produk keuangan baru. Persaingan yang cukup pesat pada usaha perbankan tersebut menjadikan masing-masing lembaga perbankan harus berlomba untuk memenangkan persaingan bisnis. Persaingan bisnis di bidang perbankan yang nampak akhir-akhir ini adalah persaingan dalam penyaluran, khususnya dalam pengkreditan.³ Di Desa Langnga ini sendiri merupakan salah satu contoh dimana terdapat banyak masyarakat yang masih kesulitan dalam menjalankan usahanya, dan secara garis besar kesulitan yang dihadapi berkisar pada masalah permodalan.

Secara teoritis dalam menentukan badan atau institusi pemberi kredit, masyarakat pasti meninjau dan memperhitungkan beberapa faktor-faktor guna mendapat keputusan untuk menggunakan pelayanan jasa pada bank. Selain itu, bank juga memerlukan strategi yang harus diperhatikan untuk meningkatkan minat nasabah agar bertransaksi secara terus-menerus dan menjadikan nasabah loyal untuk bertransaksi secara berulang-ulang sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan atau dengan kata lain, dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga pemasaran yang baik akan berdampak signifikan terhadap pendapatan lembaga keuangan itu sendiri. Untuk itu, strategi menjadi faktor yang penting untuk menciptakan suatu upaya dalam mempengaruhi keputusan nasabahnya serta tetap mampu bertahan dan bersaing.

Strategi pemasaran dapat dikatakan baik apabila memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah. Apabila perusahaan tidak mampu

³Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Prandadamedia Group, 2018). Hal. 1-4.

mengkombinasikan strategi dalam usahanya sebagai implikasi yang nyata kedepan, maka akan berdampak pada eksistensi perusahaan perbankan itu sendiri. Nasabah dan calon nasabah tidak percaya lagi untuk menyimpan uangnya pada perusahaan kita dan akan beralih ke perusahaan lain yang lebih terpercaya.⁴

Berikut jumlah nasabah kredit dan realisasi persentase pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang Tahun 2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Kredit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang Tahun 2023

No.	Bulan	Jumlah Nasabah Kredit (Orang)	Perubahan
1	Januari	2203	-
2	Februari	2185	-0,81%
3	Maret	2257	3,30%
4	April	2275	0,80%
5	Mei	2262	-0,57%
6	Juni	2272	0,44%
7	Juli	2310	1,67%
8	Agustus	2363	2,30%
9	September	2342	-0,89%
10	Oktober	2365	0,98%
11	November	2367	0,08%
12	Desember	2255	-4,73%
RATA-RATA			0.23%

Sumber Data: Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga

Dilihat dari perkembangan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang sangat baik, hal ini terlihat dari banyaknya jumlah

⁴Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006). Hal. 171.

nasabah yang mengambil kredit, akan tetapi tabel di atas menunjukkan jumlah keseluruhan nasabah kredit yang mengambil kredit mulai dari Kredit Usaha Rakyat, Kupon BRI, dan Kredit Pegawai pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga Kabupaten Pinrang Tahun 2023 mengalami fluktuasi jumlah nasabah kredit setiap bulannya. Fluktuasi adalah ketidak tetapan atau guncangan. Hal ini tentunya tidak lepas dari faktor yang mempengaruhi pertimbangan masyarakat saat memutuskan mengambil kredit dan juga disertai dengan masih kurangnya strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

Perilaku konsumen dalam pemilihan suatu produk merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti. Memprediksi perilaku konsumen memang bukanlah perkara mudah, hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam dibalik keputusan mereka dalam memilih sebuah produk. Berubah-ubahnya kondisi sosial dan ekonomi membuat perilaku konsumen juga ikut berubah-ubah. Setiap nasabah selalu menghadapi masalah dalam proses pengambilan keputusan untuk menghindari pengambilan keputusan yang dapat menyebabkan kerugian di masa mendatang, nasabah harus mempertimbangkan lebih dulu kelebihan dan kekurangan dari keputusan tersebut. Kegiatan dalam pengambilan kredit nasabah banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor baik itu faktor internal, terdiri dari faktor pribadi dan faktor psikologis dan faktor eksternal yang meliputi faktor sosial dan faktor dari perbankan itu sendiri. Kedua faktor tersebut sama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pinjaman berupa kredit.

Secara umum yang dipertimbangkan oleh masyarakat saat memutuskan mengambil kredit di antaranya tingkat suku bunga, pelayanan, prosedur, jangka waktu pengambilan dan jaminan. Secara rasional masyarakat akan memilih yang

terbaik, seperti tingkat suku bunga pinjaman yang rendah, pelayanan yang ramah, prosedur permohonan kredit yang sederhana, jangka pengembalian yang panjang dan kalau bisa jaminan tidak memberatkan. Namun, pada kenyataannya di Langnga ini terdapat dua BUMN yaitu bank bri dan pegadaian, kedua BUMN tersebut memberikan pelayanan produk kredit yang sama dan masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan serta lokasi yang saling berdekatan. Secara observasi lapangan dengan melihat situasi masyarakat Desa Langnga ini, ada yang memilih kredit di pegadaian sedangkan disisi lain, sebagian masyarakat lainnya memilih kredit di bank.

Berdasarkan kondisi tersebut penulis tertarik untuk meneliti terkait strategi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam menyalurkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di Bank BRI dan faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah kredit untuk memutuskan pengambilan kredit di bank dan juga terkait strategi BRI Unit Langnga dalam menyalurkan kredit ke nasabahnya sehingga tertarik. Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka peneliti menemukan beberapa rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya :

1. Bagaimana strategi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam menyalurkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di Bank BRI?
2. Faktor – faktor apakah yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan memilih Bank BRI untuk memperoleh kredit?
3. Bagaimana perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit?

C. Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin yang dicapai oleh peneliti dalam penulisan karya ilmiah ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam menyalurkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit bank.
2. Untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan memilih Bank BRI untuk memperoleh kredit.
3. Untuk mengetahui perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit.

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, maka manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga untuk meningkatkan strategi pemasaran dan kinerja pelayanannya kepada nasabah dalam menyalurkan kredit.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi bagi mahasiswa/mahasiswi yang ingin mengkaji judul yang berkaitan dengan judul ini. Dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan ilmu tentang faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih kredit di bank, serta dijadikan sebagai referensi atau tambahan informasi dan bahan pembanding bagi peneliti lain yang juga meneliti mengenai “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis, berguna untuk menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dan syarat terpenuhinya tugas akhir untuk memperoleh gelar S.Tr.Ak pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare serta mendorong penulis untuk mendapatkan ilmu pengetahuan baru lainnya.
- b. Bagi tempat penelitian, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menambah informasi dan dijadikan bahan masukan bagi penelitian lainnya yang membahas masalah serupa atau terkait dengan penelitian ini.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan bacaan serta rujukan dan pedoman untuk memberikan wawasan dan informasi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu adalah ringkasan/penelitian yang sudah pernah dilakukan disepertar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak ada pengulangan materi penelitian secara mutlak. Penelitian ini tidak mungkin terlepas dari adanya teori-teori yang diambil dari buku, penelitian terdahulu, ataupun dari sumber lain yang terpercaya dan masih dapat dipertanggung jawabkan.

Dengan demikian dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik dan pembahasan dalam judul penelitian yang diangkat, terkhusus dalam masalah faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank untuk memperoleh kredit dan juga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam menyusun penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Maka, hasil dan perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan peneliti teliti sekarang antara lain:

1. Eka Sapira, 2019. Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan judul penelitiannya yaitu “Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan dan Deposito Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali”. Memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana prosedur tabungan dan deposito, faktor apa yang melatarbelakangi serta bagaimana respon nasabah memilih menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali. Dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang

Polewali ialah faktor syariah yang sistem operasinya berdasarkan prinsip syariah, faktor pelayanan yang baik dalam bertransaksi dan keamanan yang kondusif, faktor kualitas manajemen yang terkenal dan terpercaya serta dikelola oleh para pemimpin yang profesional, dan faktor eksternal yaitu suasana bank yang islami. Prosedur yang diberikan kepada nasabah mudah dan aman. Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali yaitu karena faktor syariah dan pelayanan yang diberikan sangat ramah.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada metode penelitian yang digunakan, sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga sama-sama meneliti terkait keputusan nasabah pada bank. Sedangkan perbedaan yang diperoleh peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu terletak pada lokasi penelitian yang mana pada peneliti terdahulu melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri dengan meneliti keputusan nasabah memilih tabungan dan deposito sedangkan pada penelitian sekarang yaitu melakukan penelitian di Bank Rakyat Indonesia meneliti terkait keputusan nasabah memilih kredit.⁵

2. Badrul Huda, Sukidin, Sri Wahyuni, Mahasiswa Program Studi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember dengan judul penelitiannya “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember”. Memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, prosedur kredit, dan tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Dan hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan, prosedur kredit, dan

⁵Eka Sapira, ‘Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Dan Deposito Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali’ (IAIN Parepare, 2019).

tingkat suku bunga berpengaruh signifikan sebesar 82,1% terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu pada masalah yang akan diteliti terkait dengan keputusan nasabah memilih kredit di bank. Sedangkan perbedaan yang diperoleh peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Dimana pada peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, prosedur kredit, dan tingkat suku bunga dalam mengambil kredit di bank. Sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan hasil dari pemeriksaan atau penyelidikan terkait keputusan nasabah mengambil kredit di bank.⁶

3. Detri Karya dan Syugianto, Mahasiswa Universitas Islam Riau dengan judul penelitiannya “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kredit Usaha Mikro pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk”. Memiliki tujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran jasa dan keputusan konsumen memilih kredit usaha mikro pada PT. BTPN, Tbk Cabang Pangkalan Kerinci memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hubungan antara bauran pemasaran jasa (variabel independen) dengan keputusan konsumen (variabel dependen) mempunyai tingkat hubungan yang kuat dan pengaruh yang cukup besar dalam memilih kredit usaha mikro pada PT. BTPN, Tbk Cabang Pangkalan Kerinci.

⁶Badrul Huda, Sukidin Sukidin, and Sri Wahyuni, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember’, *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13.1 (2019), 87–93.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait keputusan nasabah memilih kredit di bank. Sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu pada peneliti terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif.⁷

4. Gita Ade Kamula Putri, Mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dengan judul penelitiannya “Pengaruh Sistem Pelayanan dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram”. Memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pelayanan dan prosedur kredit terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di bank syariah mandiri. Dan hasil penelitiannya yang diperoleh adalah sistem pelayanan berpengaruh signifikan sedangkan prosedur kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada bank syariah mandiri.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada bank. Sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan peneliti terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif.⁸

5. Fitriani Sinaga, Mahasiswi Program Studi Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan judul

⁷Detri Karya, ‘Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kredit Usaha Mikro Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk. Cabang Pangkalan Kerinci’, *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32. No. 1 (2021). Hal. 73-84.

⁸KAMULA PUTRI GITA ADE, ‘Pengaruh Sistem Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Tahun 2019’ (Universitas_Muhammadiyah_Mataram, 2020).

penelitiannya “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)”. Memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap pembiayaan gadai emas di pegadaian syariah. Hasil penelitiannya yaitu bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah di Bank Syariah Mandiri Cidenreu adalah faktor psikologi dan pemasaran yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan, sikap dan produk, promosi, iklan serta pelayanan. Dan yang paling berpengaruh yaitu pada bagian prinsip pada praktik perbankan dan promosi yang dilakukan secara langsung.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait keputusan nasabah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada peneliti terdahulu yang diteliti adalah bank syariah sedangkan peneliti sekarang yang akan diteliti yaitu pada bank konvensional.⁹

B. Tinjauan Teoritis

Teori adalah salah satu konstruk, konsep, definisi, dan proposisi yang saling berhubungan, yang menyajikan suatu pandangan yang sistematis mengenai suatu fenomena atau untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena tersebut. Fungsi teori

⁹Sinaga Fitriani, ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)’ (Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019).

dalam penelitian yaitu menjelaskan tentang, gejala, indikasi fakta dan di lapangan dimana penelitian menjelaskan fenomena permasalahan secara teoritis.¹⁰

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Hasil pemutusan tersebut merupakan suatu ketetapan yang dipilih berdasarkan beberapa alternatif, sehingga dihasilkan sebuah kesimpulan untuk memutuskan suatu pilihan. Nasabah atau konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan. Jadi, keputusan nasabah adalah suatu hal yang diputuskan konsumen dalam melakukan suatu pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Dalam melakukan pemilihan dapat dihasilkan keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif.¹¹

b. Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit

Tercapainya tujuan bank ditandai oleh jumlah nasabah yang melakukan pembelian atau penggunaan atau transaksi terhadap produk sehingga kebutuhan produk tersebut merupakan pengaruh dari perilaku nasabah. Salah satu proses dari perilaku nasabah yaitu keputusan pembelian atau penggunaan. Nasabah dihadapkan berbagai pilihan alternatif sehingga nasabah akan memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk

¹⁰Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

¹¹Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012). Hal. 86.

berdasarkan pilihan yang ditentukan. Keputusan pembelian atau penggunaan adalah suatu keputusan nasabah yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process* sehingga membentuk suatu sikap pada nasabah untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli.¹² Pendapat lain menyebutkan bahwa keputusan pembelian atau penggunaan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.¹³

Keputusan pembelian atau penggunaan merupakan bagian dari perilaku nasabah yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih atau membeli serta menggunakan dan bagaimana barang atau jasa, ide atau pengalaman, dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian muncul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh dari luar. Proses keputusan pembelian atau penggunaan merupakan proses psikologi dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana nasabah benar-benar membuat keputusan pembelian mereka.

Sebagai kesimpulan, keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah tindakan memilih suatu pilihan dari berbagai pilihan yang tersedia, akan tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor yang berkaitan dengan

¹²Alma Buchari, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabeta, 2013). hal.96.

¹³M. Machfoedz, Pengantar Pemasaran Modern (Yogyakarta: Akademi Pemasaran, 2013). hal.44

keinginannya sebelum memutuskan untuk mengambil kredit. Keputusan pengambilan kredit yang salah dapat menimbulkan masalah, sehingga perlu cermat agar tidak terdapat hambatan yang mengganggu dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

Menurut Kotler dan Amstrong, terdapat lima indikator pengambilan keputusan berikut uraiannya:

1. Pengenalan kebutuhan, yaitu keadaan dimana nasabah menyadari adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi.
2. Pencarian informasi, yaitu proses mencari informasi tentang produk yang cocok dan dinilai mampu memenuhi kebutuhan.
3. Penilaian alternatif, yaitu mempertimbangkan informasi yang didapatkan mengenai produk-produk berbeda yang ditawarkan.
4. Keputusan mengambil kredit, yaitu menetapkan pilihan produk kredit mana yang akan diambil.
5. Evaluasi pasca mengambil kredit, yaitu proses menilai keputusan dan tindakannya dalam memanfaatkan produk kredit tersebut. Kepuasan dan ketidakpuasan yang dialami nasabah akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya.

Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang nasabah (*costumer behavior*) sehingga masing-masing nasabah memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian atau penggunaan. Berikut dimensi yang dimiliki dalam keputusan pembelian:

a. Pilihan Produk

Nasabah dapat mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini bank harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli atau menggunakan sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

b. Pilihan Merek

Nasabah harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini bank harus mengetahui bagaimana nasabah memilih sebuah merek.

c. Pilihan Penyalur

Nasabah harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap nasabah berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lain-lain.

d. Waktu Pembelian atau Penggunaan

Keputusan nasabah dalam pemilihan waktu pembelian atau penggunaan bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli atau menggunakan setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

e. Jumlah Pembelian atau penggunaan

Nasabah dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian atau penggunaan yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini bank harus

mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

f. Metode Pembayaran

Nasabah dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk dan jasa. Saat ini keputusan pembelian atau penggunaan dipengaruhi tidak hanya oleh aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian atau penggunaan juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian atau penggunaan.

Mengukur tingkat pemecahan masalah nasabah dalam mengambil keputusan bergantung pada seberapa baik kriteria yang ditetapkan. Sehingga nasabah memiliki banyak informasi yang dimiliki mengenai setiap produk yang sedang dipertimbangkan nasabah, dan seberapa terbatas rangkaian produk yang akan dipilih.¹⁴

c. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan**

Faktor adalah kondisi yang mengakibatkan terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya sebuah pilihan dalam memutuskan sesuatu cukup banyak. Pada dasarnya terdapat dua macam faktor yang mempengaruhi munculnya keputusan yaitu, yang pertama, faktor dari dalam diri individu yang bersangkutan, diantaranya bobot, jenis kelamin, umur, perasaan mampu, pengalaman serta kepribadian. Dan faktor kedua, yaitu

¹⁴Kotler Amstrong, *Principles of Marketing*, Sixteenth E (England: Pearson Education Limited, 2016). Hal. 176-188.

faktor dari luar meliputi lingkungan dari keluarga, dari sekolah maupun dari masyarakat.

Keputusan nasabah disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dan faktor pelayanan sedangkan faktor internal terdiri dari faktor pribadi dan faktor psikologis.¹⁵

1) Faktor Eksternal

Faktor dari luar (eksternal), yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan dilakukan atas dasar dorongan atau pelaksanaan dari luar. Orang melakukan perbuatan itu karena ia didorong/dipaksa dari luar. Seperti : lingkungan, orang tua, guru. Adapun faktor eksternal meliputi:

- a. Faktor Sosial merupakan faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Rekan kerja, teman dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Keluarga merupakan organisasi nasabah atau konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga terdiri atas orang tua dan anak-anak yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pengambilan kredit yang ditawarkan oleh suatu bank atau lembaga keuangan lainnya.
- b. Faktor Pelayanan, menurut yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan (customer servis) adalah upaya atau proses secara sadar dan

¹⁵Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis (Jakarta: PT Rineka, 2000). Hal.227.

terencana dilakukan organisasi atau badan usaha dalam persaingan melalui pemberian/perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah. Pelayanan yang baik dan prima disertai dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan menarik nasabah untuk terus datang guna melaksanakan transaksi serta akan menjadi salah satu faktor yang akan mendorong calon nasabah lainnya. Adapun indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a) *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
- b) *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- c) *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga pelanggan percaya dan yakin.
- d) *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
- e) *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan sarana dan prasarana.

2) Faktor Internal

Faktor dari dalam (internal), yaitu berarti bahwa sesuatu perbuatan memang diinginkan karena seseorang senang melakukannya. Faktor internal terdiri atas rasa senang atau tertarik, perhatian, aktivitas, motivasi, dan emosi. Adapun faktornya meliputi:

- a. Faktor Pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Karakteristik ini meliputi usia, tahap siklus hidup,

pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan pendapatan. Orang akan mengambil atau tidak mengambil suatu kredit akan disesuaikan dengan keadaan yang terus berubah. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi juga akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil kredit di suatu bank. Gaya menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan kepribadian dan konsep diri dapat diartikan sebagai karakter psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

- b. Faktor Psikologis, yang mana variabel psikologis ini dapat dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi diartikan suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah tercapai. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup mendesak dan menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang dalam mengambil sebuah kredit. Sebagai contoh seseorang yang sedang membutuhkan uang atau barang maka ia akan cenderung berusaha untuk memenuhinya dan salah satu jalan yang diambil adalah dengan mengambil kredit atau pinjaman pada lembaga keuangan tertentu.

2. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya manusia perusahaan

yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasari dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Throat memutuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.¹⁶ Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan definisi pemasaran mengimplikasi bahwa pemasaran sangat berpengaruh kepada calon konsumen dalam menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Peran strategisnya pemasaran mencakup usaha dan mencapai kesesuaian antara perusahaan dan lingkungan karna keadaan pesaing yang berubah-ubah.

Strategi pemasaran merupakan wujud dari rencana yang tersusun dalam bidang-bidang pemasaran untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam mencapai kepuasan konsumen setiap langkah dalam memformulasikan strategi pemasaran perlu diorientasikan dalam upaya mengembangkan pemasaran. Artinya setiap proses yang dilakukan dalam pihak dapat dilakukan dengan berbagai macam cara dengan karakteristik dan kesanggupan masing-

¹⁶Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010) <<https://books.google.co.id/books?id=PHxHAQAACAAJ>>.

masing, akan tetapi tetap dalam satu tujuan yaitu guna tercapainya kepuasan konsumen.¹⁷

Strategi pemasaran menurut Badri Sutrisno adalah suatu pendekatan yang dilakukan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan yang didalamnya mencakup bauran produk dan penempatan produk, biaya pemasaran yang diperlukan dan juga target pasar.¹⁸ Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah bukan suatu tindakan khusus namun menunjukkan suatu usaha yang dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi pemasaran mempunyai unsur-unsur pemasaran sendiri yang terinci yaitu produk, price, promotion, dan place yang terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman maka dari itu suatu lembaga keuangan perlu menyusun strategi pemasaran yang menyangkut masa depan suatu lembaga keuangan.

b. Indikator Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler dan Amstrong indikator strategi pemasaran terdiri dari beberapa komponen, sebagai berikut:¹⁹

1) Strategi Produk/*Product*

Jasa merupakan sebuah manfaat dari aktivitas yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual oleh suatu pihak, sedangkan produk jasa merupakan total dari produk yang terdiri seperti : *core product*/produk inti, *augmented product*/produk tambahan, *expected product*/produk yang diharapkan, *potential product*/produk potensial. Selain produk inti, tiga

¹⁷Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2013).

¹⁸Irwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (Bandung: Yrama Widya, 2008). hal. 152.

¹⁹Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2003). hal. 9.

unsur produk lainnya bisa dijadikan nilai tambahan dengan ciri khas tersendiri hingga produk dapat bersaing dengan produk lainnya.

Salah satu bauran dalam pemasaran yang terpenting adalah sebuah produk. Dimana produk tersebut adalah hasil produksi dari perusahaan tersebut dan kegiatan pemasaran dikatakan lolos apabila perusahaan dapat membujuk konsumen dan akhirnya konsumen tertarik dengan produk tersebut.

2) Strategi Harga/*Price*

Indikator harga menurut Fandy Tjiptono adalah suatu harga yang kompetitif dan dapat dijangkau yang disimpulkan bahwa biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mendapat manfaat atau produk tersebut harga juga menjadi indikator. Hukum permintaan menjelaskan apabila semakin sedikit produk yang digunakan maka produk tersebut akan lebih mahal dan sebaliknya jika semakin banyak produk yang digunakan maka harga biasanya lebih murah. Indikator harga sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk.

Suatu penentu dalam pasar salah satunya adalah harga barang dan jasa adalah suatu penentu bagi pasar. *Market share* sendiri dapat dipengaruhi juga dalam harga karena dapat mempengaruhi posisi persaingan yang tinggi. Maka dari itu, bauran pemasaran satu-satunya yaitu harga, guna mendapat keuntungan atau margin bagi perusahaan.

3) Strategi Tempat/*Place*

Pendistribusian atau penyampaian secara detail produk ke target merupakan cara seseorang menyampaikan detail produk kepada target.

Tempat usaha yang strategis sangat berperan di dalam promosi. Definisi lokasi sendiri terhadap distribusi adalah cara bagaimana produk dapat dijalankan kepada pemakai dan sampai ke konsumen. Distribusi adalah suatu kegiatan dalam perekonomian yang menjadi jembatan dalam produksi ke konsumen dengan tujuan barang serta jasa dapat sampai ke tangan konsumen dengan baik, di dalam sektor jasa distribusi yang bisa diartikan sebagai setiap sarana yang dapat mempertahankan pemakai yang ada dan menambah penggunaannya, dengan meningkatkan nilai kegunaannya dan dapat mendatangkan pemakai baru.

Di dalam pendirian suatu perusahaan, pemilihan lokasi sangatlah penting dan juga perlu dipertimbangkan. Faktor bersaing yang penting guna menarik konsumen tidak lain dengan pemilihan lokasi, dalam hal ini perusahaan harus dengan cermat dalam menentukan lokasi yang nanti akan dijadikan perusahaan dengan pertimbangan-pertimbangan, diantaranya adalah mudah dijangkau, visibilitas/lokasi dapat dipandang dengan jarak pandang normal, lalu lintas, tempat parkir yang luas, mempunyai tempat yang cukup jika dimungkinkan ada perenovasian dijangka waktu yang akan datang, serta lingkungan yang nyaman dan mendukung jasa tersebut.

4) Strategi Promosi/*Promotion*

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Seberapa berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengenal ataupun mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka

tidak akan pernah membelinya. Agar masyarakat tahu dengan kehadiran produk tersebut maka sarana promosi sangat perlu dilakukan. Menurut Philip Kotler promosi adalah suatu aktivitas di dalam perusahaan itu dan untuk memberi keyakinan kepada konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Kotler dan Amstrong, menjelaskan bahwa variabel bauran promosi diantaranya adalah periklanan, penjualan *personal/personal selling*, promosi terhadap penjualan, pemasaran yang dilakukan secara langsung/*direct marketing*, dan hubungan masyarakat yang baik/*public relations*.

5) Strategi Sumber Daya Manusia/*People*

Sumber daya manusia memiliki hubungan dengan strategi pemasaran karena berfungsi sebagai penyedia suatu produk atau jasa yang dapat mempengaruhi kualitas jasa atau produk yang diberikan. Setiap orang merupakan *part-time marketer* yang perilakunya dan tindakannya mempunyai dampak terhadap *output* yang diperoleh pelanggan. Maka dari itu, setiap perusahaan termasuk bank harus secara jelas menetapkan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan nasabah.

6) Strategi Proses/*Process*

Zeithaml dan Bitner dalam buku Hurriyati menyatakan bahwa proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

nasabahnya. Lembaga keuangan bank dalam proses atau mekanisme mulai dari pelayanan hingga proses penyaluran kreditnya perlu dikembangkan dan ditingkatkan.

7) Strategi Bukti Fisik/*Physical Evidence*

Physical evidence merupakan bukti fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dengan nasabahnya berinteraksi serta komponen yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut. Bukti fisik mencakup fasilitas fisik dimana jasa atau produk ditawarkan, seperti fasilitas kantor cabang sebuah bank.

c. Langkah-langkah Dalam Pemasaran Kredit

Dalam perbankan, pemasaran kredit merupakan langkah pertama dalam operasional perkreditan. Menurut Suhardjono, agar kegiatan pemasaran kredit dapat mencapai tujuan yang diharapkan, dilakukan strategi pemasaran sebagai berikut:²⁰

1. Riset Pemasaran

Riset pemasaran di definisikan sebagai suatu kegiatan perancangan, pengumpulan, analisis, dan pelaporan data serta temuan-temuannya secara sistematis yang relevan dengan situasi atau masalah pemasaran tertentu yang dihadapi bank.

2. Menetapkan Tujuan Pemasaran

Apabila dari riset pemasaran telah diperoleh kesimpulan bahwa pasar yang dihadapi bank masih memberikan prospek yang menggembirakan, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan tujuan dari pemasaran bank.

²⁰Siswanto Sutujo, *Strategi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Damar Mullia Pustaka, 2002).

Hal ini diperlukan agar dapat ditentukan apa yang segera dapat dilakukan, pengembangan rencana-rencana yang efektif, menentukan sasaran untuk prestasi dan menilai hasilnya.

3. Mengembangkan Strategi Pemasaran

Setelah sasaran ditetapkan, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi pemasaran, dengan mengarahkan strategi bisnisnya kepada usaha memanfaatkan setiap peluang bisnis dan mengantisipasi setiap ancaman seoptimal mungkin. Langkah yang dilakukan dalam mengembangkan strategi pemasaran menurut kotler diantaranya:

- a) Melakukan segmentasi pasar (*Segmenting*)
- b) Menetapkan pasar sasaran (*Targenting*)
- c) Menentukan posisi pasar (*Marketing positioning*)
- d) Menentukan strategi memasuki pasar (*Market Entry Strategy*)
- e) Mengembangkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*)

4. Penyusunan Rencana Pemasaran

Dalam penyusunan rencana pemasaran kredit dibuat rencana antara lain pasar yang akan dilayani sesuai dengan sumber daya yang dimiliki bank. Rencana pemasaran kredit yang telah dibuat menjadi pedoman dalam pemberian kredit, sehingga pemberian kredit menjadi lebih terarah dan proses pelayanan kredit dapat dilaksanakan secara optimal.

5. Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran

Setelah tahap perencanaan pemasaran selesai, tahap berikutnya yaitu melaksanakan rencana tersebut dalam kegiatan operasional bank, sebagai berikut:

- a) Penguasaan produk bank yang akan ditawarkan kepada masyarakat harus dikuasai terlebih dahulu oleh pegawai bank yang terlibat dalam operasional.
- b) Semua sarana pendukung harus siap disemua unit kerja yang akan melayani produk bank yang akan ditawarkan.
- c) Pendistribusian formulir dan brosur aplikasi produk kepada kantor-kantor unit pemasaran.
- d) Melakukan promosi besar-besaran menggunakan sarana: media iklan, publitas, media promosi penjualan, dan media penjualan pribadi.

6. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Dalam pengawasan pemasaran perusahaan terdapat tiga jenis pengendalian pemasaran: pengendalian rencana tahunan, pengendalian profitabilitas, dan pengendalian strategik.

7. Evaluasi Kegiatan Pemasaran

Langkah terakhir kegiatan pemasaran harus dilakukan evaluasi, evaluasi dapat dilakukan secara individual maupun keseluruhan selain itu dapat juga dilakukan evaluasi terhadap pemasaran unit kerja dan pemasaran perusahaan.

d. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam

Kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijadikan semangat beribadah kepada Allah Swt. dan melakukan usaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan hanya untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Seperti yang tertuang dalam firman Allah Swt. Q.S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”²¹

Ayat di atas jika dikaitkan dengan kegiatan bisnis dan pembiayaan bank, maka artinya ialah nasabah yang mempunyai kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh produk (pembiayaan) serta bank memberikan produk dengan tidak diperbolehkan dengan cara batil (bohong, tipu, rampok, curi, dan korupsi). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam etika pemasaran menurut islam antara lain:

- 1) Takwa, mempunyai kepribadian yang spritual dan baik sehingga tidak semata-mata menjalankan pemasaran untuk diri sendiri akan tetapi juga untuk menolong sesama dan untuk menjalankan ketakwaan serta kebajikan kepada Allah Swt.
- 2) Adil, dalam berbisnis hendaknya mewujudkan pemerataan dalam bidang ekonomi dengan berperilaku adil, sikap adil akan mendekatkan perilakunya pada nilai takwa.
- 3) Rendah hati, seseorang dengan memiliki sikap rendah hati dan perilaku lemah lembut, sopan sangat dianjurkan dalam islam terkhusus untuk melayani nasabah.

²¹ ‘Kementerian Agama RI’, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, QS. An-Nisa/4:29, (Jakarta Timur: Maktabah Al-Fatih, 2015).

- 4) Jujur (amanah), seorang tenaga pemasaran yang sedang mengiklankan barangnya tidak dianjurkan menukar barang yang baik dengan barang yang buruk dan tidak diperbolehkan melebihi-lebihkan barang bagus padahal kenyataan tidak sedemikian rupa. Hendaknya seorang tenaga pemasaran menjelaskan produknya dengan apa adanya dan dapat dipercaya.

3. Kredit

a. Pengertian Kredit

Kata kredit berasal dari bahasa latin yaitu *credere*, yang diterjemahkan sebagai kepercayaan atau *credo* yang berarti saya percaya. Kredit dan kepercayaan (*trust*) adalah ibarat sekeping mata uang logam yang tidak dapat dipisahkan, karena tidak mungkin adanya pemberian pinjaman tanpa adanya bangunan kepercayaan di sana dan kepercayaan itulah yang menjadi suatu hal yang berharga. Kepercayaan yang dimaksud yaitu bahwa adanya kesepakatan antara pihak pemberi dan penerima pinjaman, yang mana pinjaman tersebut akan dikembalikan pada waktu yang telah ditentukan.

Pengertian kredit menurut UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan UU No.7 tahun 1992 yaitu, “kredit adalah penyedia uang atau tagihan-tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utang setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.” Adapun menurut Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia (PAPI) 2001, mendefinisikan kredit adalah “penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-

meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam (debitur) untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.”²²

b. Kredit dalam Pandangan Islam

Dalam ilmu fiqih, kredit lebih dikenal dengan istilah taqsith. Secara bahasa taqsith itu sendiri berarti membagi atau menjadikan beberapa bagian. Secara umum, sistem kredit diperbolehkan oleh syariat, namun ada beberapa yang perlu diperhatikan bagi pelaku kredit, yaitu objek jual beli bukan komoditi ribawi yang sejenis dengan alat tukar, penundaan serah terima barang harus dihindari, dan harga ganda dalam jual beli kredit. Jika pembeli sudah menentukan pilihan harga, maka sebesar itulah jumlah uang yang berhak diambil oleh penjual. Pihak penjual tidak berhak untuk mengambil lebih sekalipun pembeli terlambat melunasi pembayaran. Jika barang sudah berada ditangan pembeli dan kesepakatan harga juga sudah disetujui, barang dagangan resmi menjadi milik pembeli. Dengan demikian, penjual tidak berhak menyita atau menarik kembali barang dagangannya meskipun uang cicilan kredit belum selesai.

c. Tujuan Kredit

Pemberian suatu fasilitas kredit mempunyai tujuan tertentu. Tujuan pemberian kredit tersebut tidak akan terlepas dari misi bank tersebut didirikan. Adapun tujuan utama adalah sebagai berikut :

²²Irham Fahmi, S.E., M.Si., *Manajemen Pengkreditan* (Alfabeta, 2014). hal.3.

- 1) Mencari keuntungan, yaitu bertujuan untuk memperoleh hasil dari pemberian kredit tersebut, hasilnya terutama dalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah. Kemudian hasil lainnya bahwa nasabah memperoleh kredit bertambah maju dalam usahanya.
- 2) Membantu usaha nasabah, tujuan lain dari pemberian kredit adalah untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan dana tersebut, maka pihak debitur akan dapat mengembangkan dan memperluas usahanya.
- 3) Membantu pemerintah, bagi pemerintah semakin banyak kredit yang disalurkan oleh pihak perbankan maka semakin banyak kredit berarti adanya peningkatan dan memperluas usahanya.

d. Fungsi Kredit

Menurut Hasibuan pemberian kredit juga memiliki fungsi antara lain :

- 1) Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan perekonomian.
- 2) Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat.
- 3) Memperlancar arus barang dan arus uang.
- 4) Meningkatkan hubungan internasional.
- 5) Meningkatkan produktivitas dana yang ada.
- 6) Meningkatkan daya guna (utility) barang.
- 7) Meningkatkan kegairahan berwirausaha masyarakat.
- 8) Memperbesar modal kerja perusahaan.
- 9) Meningkatkan income per capita (IPC) masyarakat.

10) Mengubah cara berfikir/bertindak masyarakat untuk lebih ekonomis.²³

e. Jenis-jenis Kredit

Beragamnya jenis kegiatan usaha mengakibatkan beragam pula kebutuhan akan kebutuhan jenis kreditnya. Dalam praktiknya kredit yang ada di masyarakat terdiri dari beberapa jenis, begitu pula dengan pemberian fasilitas kredit oleh bank kepada masyarakat. Pemberian fasilitas kredit oleh bank dikelompokkan kedalam jenis yang masing-masing dilihat dari berbagai segi. Pembagian jenis ini ditujukan untuk mencapai sasaran atau tujuan tertentu mengingat setiap jenis usaha memiliki berbagai karakteristik tertentu. Secara umum jenis-jenis kredit yang disalurkan oleh bank dan dilihat dari segi adalah:

1. Dilihat dari Segi Kegunaan

Maksud jenis kredit dilihat dari segi kegunaannya adalah untuk melihat penggunaan uang tersebut apakah untuk digunakan dalam kegiatan utama atau hanya kegiatan tambahan. Jika ditinjau dari segi kegunaan terdapat dua jenis kredit yaitu :

- a. Kredit investasi, yaitu kredit yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek atau pabrik baru dimana masa pemakaiannya untuk satu periode yang relatif lebih lama dan biasanya kegunaan kredit ini adalah untuk kegiatan utama suatu perusahaan.
- b. Kredit modal kerja, merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya.

²³Hasibuan Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005).

2. Dilihat dari Segi Tujuan Kredit

Kredit jenis ini dilihat dari tujuan pemakaian suatu kredit, apakah bertujuan untuk diusakan kembali atau dipakai untuk keperluan pribadi. Jenis kredit dilihat dari segi tujuan adalah :

- a. Kredit produktif, kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa, artinya kredit ini digunakan untuk kegiatan berusaha sehingga menghasilkan produk atau jasa.
- b. Kredit konsumtif, merupakan kredit yang digunakan untuk dikonsumsi atau dipakai secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena hanya untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha.
- c. Kredit perdagangan, merupakan kredit yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan biasanya digunakan untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada suplier atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah tertentu.²⁴

3. Dilihat dari Segi Jangka Waktu

Dilihat dari segi jangka waktu, artinya lamanya masa pemberian kredit mulai dari pertama sekali diberikan sampai masa pelunasannya selesai. Jenis kredit ini adalah :

²⁴S.P.M.S. Ardiansyah Putra Hrp and S.P.M.S. Dwi Saraswati, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakad Media Publishing)
<<https://books.google.co.id/books?id=TeHODwAAQBAJ>>.

- a. Kredit jangka pendek, kredit ini merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama satu tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.
 - b. Kredit jangka menengah, jangka waktu kreditnya antara satu tahun sampai dengan lima tahun, kredit ini dapat diberikan untuk modal kerja. Beberapa bank mengklasifikasikan kredit menengah menjadi kredit jangka panjang.
 - c. Kredit jangka panjang, merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang yaitu diatas tiga tahun atau lima tahun. Biasanya kredit ini digunakan untuk investasi jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit, atau manufaktur dan untuk juga kredit konsumtif seperti kredit perumahan.
4. Dilihat dari Segi Jaminan
- Dilihat dari segi jaminan maksudnya adalah setiap pemberian suatu fasilitas kredit harus dilindungi dengan suatu barang atau surat-surat berharga minimal senilai kredit yang diberikan. Kredit dengan jaminan merupakan kredit yang diberikan dengan suatu jaminan tertentu. Jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud atau tidak berwujud. Artinya, setiap kredit yang diberikan akan dilindungi senilai jaminan yang diberikan si calon debitur. Kredit ini terdiri atas :
- a. Jaminan kebendaan yang bersifat tangible, ini terdiri dari benda-benda bergerak seperti mesin, kendaraan bermotor, dan lain-lain, maupun yang tidak bergerak seperti tanah, bangunan dan lain-lain.

- b. Jaminan perseorangan (*borgtocht*) yaitu kredit yang jaminannya dijamin oleh seseorang atau badan dimana ia bertindak sebagai pihak yang bertanggung jawab atas menjamin bahwa kredit tersebut akan mampu untuk dilunasi tepat pada waktunya.
- c. Jaminan berbentuk *commercial paper* (surat berharga) seperti *stock* (saham), *bond* (obligasi) yang didaftarkan dan diperdagangkan di bursa efek.²⁵

5. Dilihat dari Segi Sektor Usaha

Setiap sektor usaha memiliki karakteristik yang berbeda-beda, oleh karena itu pemberian fasilitas kredit pun berbeda pula. Jenis kredit jika dilihat dari sektor usaha sebagai berikut :

- a. Kredit pertanian
- b. Kredit peternakan
- c. Kredit pertambangan
- d. Kredit industri
- e. Kredit pendidikan
- f. Kredit profesi
- g. Kredit perumahan
- h. Dan sektor usaha lainnya.

f. Unsur-unsur Kredit

Setiap pemberian kredit sebenarnya apabila dijabarkan secara mendalam mengandung beberapa arti. Jadi dengan menyebutkan kata kredit sudah terkandung beberapa arti atau dengan kata lain pengertian kata kredit

²⁵Irham Fahmi, S.E. "Manajemen Kredit" (Alfabeta, 2014), hal 8-9.

jika kita bicara kredit maka termasuk membicarakan unsur-unsur yang terdapat di dalamnya. Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit yaitu :

1) Kepercayaan

Kepercayaan dalam hal ini merupakan suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan baik berupa uang, barang atau jasa akan benar-benar diterima kembali di masa tertentu di masa datang.

2) Kesepakatan

Kesepakatan dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya. Kesepakatan penyaluran kredit dituangkan dalam akad kredit yang ditandatangani oleh kedua belah pihak bank dan nasabah.

3) Jangka Waktu

Setiap kredit yang diberikan pasti memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengambilan kredit yang telah disepakati.

4) Resiko

Faktor resiko dapat diakibatkan oleh dua hal yaitu resiko kerugian yang diakibatkan nasabah sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan resiko kerugian yang diakibatkan karena nasabah yang tidak bertanggung jawab. Semakin panjang jangka waktu pengembalian suatu kredit semakin besar risikonya tidak tertagih demikian pula sebaliknya. Resiko ini menjadi tanggungan pihak bank baik resiko yang disengaja maupun resiko yang tidak disengaja.

5) Balas Jasa

Akibat dari pemberian fasilitas kredit bank tentu mengharapkan suatu keuntungan dalam jumlah tertentu. Keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga bagi bank prinsip konvensional. Balas jasa dalam bentuk bunga, biaya provisi dan komisi serta biaya administrasi kredit ini merupakan keuntungan utama bank. Sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.²⁶

4. Bank

a. Pengertian Bank

Bank berasal dari kata Italia “*banco*” yang berarti bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank.²⁷ Bank dapat menghimpun dana masyarakat secara langsung dari nasabah. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surplus unit*). Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat dan dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat yang butuh dana untuk modal usahanya (*defisit unit*). Masyarakat dapat secara langsung mendapat pinjaman dari bank, sepanjang peminjam dapat memenuhi

²⁶Winardi, *Asas-Asas Manajemen* (Bandung: CV Mandar Maju, 1990).

²⁷Malayu. S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005).

persyaratan yang diberikan oleh bank. Maka dari itu bank disebut sebagai *financial Intermediary*.²⁸

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Adapun pengertian bank menurut para ahli sebagai berikut:²⁹

1. G.M Verryn Stuart mengemukakan bahwa bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayarannya sendiri atau dengan uang yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral. Menurut pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa bank ini tujuan utamanya adalah memberikan kredit pada nasabah atau masyarakat untuk kebutuhannya dengan pembayaran yang dilakukan sendiri dengan uang yang mereka peroleh.
2. Dr. B. N Ajuha mendefinisikan bank sebagai penyalur modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya lebih produktif untuk keuntungan masyarakat.
3. Suyanto menjelaskan bahwa bank adalah badan yang usaha utamanya menciptakan kredit. Pendapat tersebut bermaksud bahwa bank memang didirikan untuk memberikan kredit kepada masyarakat yang membutuhkan modal untuk usahanya.

²⁸M.B.A.A. Drs. Ismail, *Perbankan Syariah* (Kencana, 2017) hal. 23. <<https://books.google.co.id/books?id=X9xDDwAAQBAJ>>.

²⁹Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, II (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005). hal.14.

4. A. Abdurrachman, Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan juga menjelaskan bahwa bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, megedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bank adalah sebuah perusahaan tempat masyarakat untuk menyimpan sebagian uangnya yang kelebihan dana dan juga membantu masyarakat yang sedang membutuhkan dana dengan memberikan pinjaman atau kredit serta bentuk layanan lainnya. Selain itu, lembaga perbankan sangat dibutuhkan keberadaannya di tengah-tengah masyarakat maupun di semua sektor usaha yang ada, lembaga perbankan juga sangat mendorong pertumbuhan suatu negara.

b. Fungsi Utama Bank

Terdapat tiga fungsi utama bank dalam menjalankan perannya kepada masyarakat, berikut penjelasannya:³⁰

1. Menghimpun Dana dari Masyarakat

Masyarakat yang kelebihan dana mempercayai bank sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Keamanan atas dana (uang) yang disimpan di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat. Pengumpulan dana dari masyarakat dilakukan oleh bank dengan menggunakan berbagai strategi agar

³⁰Ismail. Manajemen Perbankan, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 4.

masyarakat mau memberikan dan menyimpan dananya di bank. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah simpanan giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka.

Strategi bank dalam menghimpun dari masyarakat yakni dengan memberikan insentif berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Disamping itu bank juga memberikan rangsangan lain berupa cendera mata, hadiah pelayanan yang mudah melalui sms banking dan sebagainya.³¹ Dengan fungsi bank yang pertama ini sangat membantu masyarakat yang memiliki dana lebih karena dana (uang) yang mereka simpan berada ditempat yang aman, lain halnya ketika dana (uang) mereka masih disimpan di rumah, maka mereka akan merasa was-was dan cemas akan kehilangan dana (uang) tersebut.

2. Menyalurkan Dana Kepada Masyarakat

Fungsi bank yang kedua adalah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Kebutuhan dana oleh masyarakat, akan lebih mudah diberikan oleh bank apabila, masyarakat yang membutuhkan dana dapat memenuhi semua persyaratan yang diberikan oleh bank. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank, karena bank akan memperoleh pendapatan atas dana yang disalurkan. Pendapatan tersebut dapat berupa bunga bank bagi konvensional dan bagi hasil bagi bank syariah. Kegiatan penyaluran dana kepada masyarakat, disamping merupakan aktivitas yang dapat menghasilkan keuntungan, juga untuk

³¹D.H.A.W. Muslich, *Fiqh Muamalat* (Amzah, 2022) hal. 498.
<<https://books.google.co.id/books?id=qCuAEAAAQBAJ>>.

memanfaatkan dana yang *idle fund* karena bank telah membayar sejumlah tertentu atas dana yang telah dihimpunnya.

3. Pelayanan Jasa Perbankan

Bank juga dapat memberikan beberapa pelayanan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat-surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, bank garansi, internet banking, dan pelayanan jasa lainnya. Produk pelayanan jasa bank yang ditawarkan kepada masyarakat merupakan aktivitas pendukung yang dapat diberikan oleh bank.

Aktivitas pelayanan jasa, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.

C. Tinjauan Konseptual

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami proposal skripsi, maka adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul proposal “Analaisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga Kabupaten Pinrang” untuk memahami maksud dari judul tersebut, maka berikut penjelasan judul proposal skripsi.

1. Analisis

Analisis merupakan proses penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau perbuatan) untuk mengetahui keadaan sebenarnya atau sebab terjadinya peristiwa tersebut. Analisis juga diartikan sebagai penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

2. Keputusan

Keputusan menjadi suatu hal yang sangat penting karena dapat menentukan seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Menurut Irham Fahmi, 2014 “pengertian keputusan adalah proses penelusuran nasabah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan”.

Sedangkan menurut Supranto J, 2009 “membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian banyak alternatif, dimana minimal terdapat dua pilihan alternatif dan dalam praktiknya lebih dari dua alternatif dimana

pengambil atau pembuat keputusan harus memilih salah satu berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu”. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga terbentuknya keputusan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.³²

3. Nasabah

Nasabah pada lembaga perbankan sangat penting karena nasabah merupakan hal yang paling penting dalam suatu bank. Oleh karena itu, bank harus dapat menarik nasabah sebanyak banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank. Menurut Komaruddin dalam “Kamus Perbankan” menyatakan bahwa nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.³³

4. Kredit

Kredit adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat guna mendorong dan melancarkan aktivitas perdagangan, baik dalam bidang memproduksi barang maupun jasa dan juga untuk meningkatkan atau memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kredit dapat berupa pinjaman atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang,

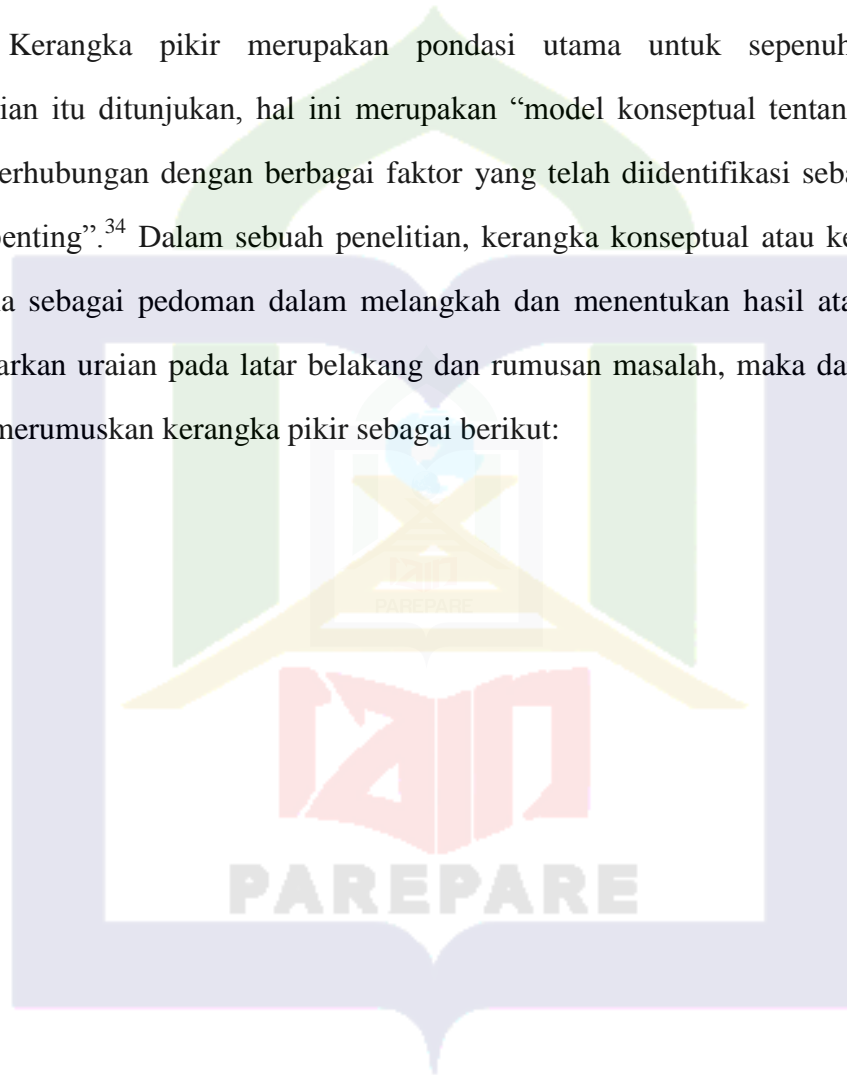
³²KAMULA PUTRI GITA ADE, ‘Pengaruh Sistem Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Tahun 2019’ (Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020).

³³Komaruddin, ‘Pusat Bahasa Depertemen Pendidikan Nasional’, in *Kamus Bahasa Indonesia*, 4th edn (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 32.

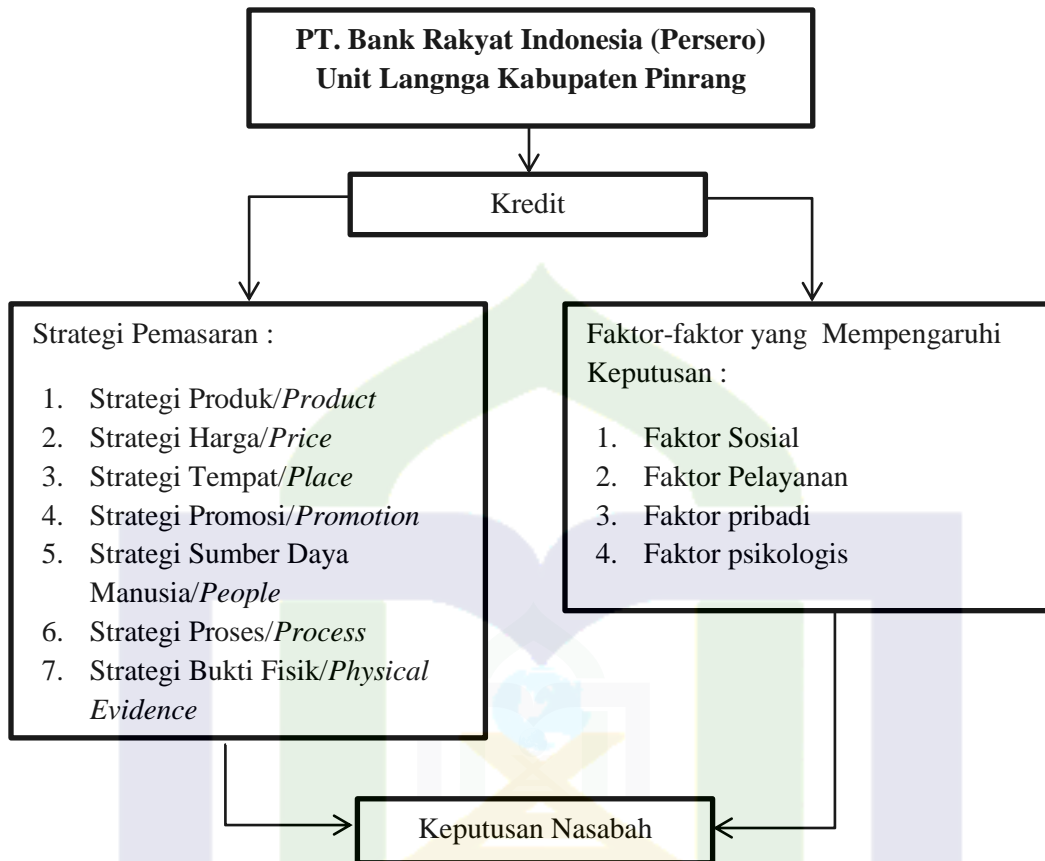
contohnya bank membiayai kredit dalam pembelian rumah. Pihak bank sebagai kreditur sementara nasabah penerima kredit disebut sebagai debitur.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan pondasi utama untuk sepenuhnya proyek penelitian itu ditunjukkan, hal ini merupakan “model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”.³⁴ Dalam sebuah penelitian, kerangka konseptual atau kerangka pikir berguna sebagai pedoman dalam melangkah dan menentukan hasil atau keputusan berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah, maka dari itu penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut:



³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011). hal.60.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan IAIN Parepare. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan analisis data.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan dengan tujuan untuk menginterpretasikan hasil dari keputusan nasabah dalam mengambil kredit di bank menurut pemahaman, pemikiran dan persepsi peneliti tanpa melakukan suatu pengujian metode statistik.

Penelitian ini ditujukan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langga sebagai alternatif memperoleh kredit.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus sebab proses penelitian memperhatikan konteks studi dengan menitikberatkan pada pemahaman, pemikiran dan persepsi peneliti, serta data yang digunakan tidak hanya berupa angka-angka tapi juga melibatkan data kualitatif hasil observasi dan wawancara. Metode ini memberikan gambaran terhadap apa yang terjadi di lapangan secara menyeluruh tentang masalah atau fenomena yang terjadi dan sedang diteliti melalui paradigma peneliti untuk menafsirkan obyek yang diteliti. Jenis penelitian ini

merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada suatu kejadian yang benar-benar terjadi.³⁵

Demikian peran peneliti sangat penting dalam menafsirkan dan mendeskripsikan masalah yang sedang diteliti sehingga mampu menarik kesimpulan tentang fenomena yang terjadi di lapangan. Objek dalam penelitian ini yaitu kepala unit, pegawai atau staf-staf yang bekerja dan juga nasabah kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisa dan menginterpretasikan apa yang diteliti, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.³⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti terjun langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh data agar tujuan penulis dapat tercapai dan dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian dan perolehan data dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, dimana perusahaan BUMN ini merupakan lembaga keuangan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip yang bersifat konvensional dan bergerak dalam bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat yang beralokasi di Kelurahan Langnga, Kecamatan Mattiro Sompe, Kabupaten Pinrang.

³⁵Aji Damari, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010). hal.6.

³⁶Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Bumi Aksara, 1995) hal.26.
<<https://books.google.co.id/books?id=UtbSAAAACAAJ>>.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang akan digunakan yaitu setelah penyusunan proposal penelitian dan telah diseminarkan serta telah mendapat surat izin penelitian, maka penulis akan melakukan penelitian yang akan dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Pada bagian ini, peneliti telah menetapkan dari awal penelitian mengenai hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti karena fokus penelitian inilah yang nantinya akan berfungsi memberi arahan terkait dengan hal yang akan diteliti selama proses penelitian. Terutama pada saat pengumpulan data, yaitu untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui keputusan pengambilan kredit nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang yang sesuai dengan judul penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data adalah data-data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sedangkan sumber data adalah semua keterangan yang bersumber dari data diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.³⁷

³⁷Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). hal.87.

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto adalah sumber data yang dimaksud dalam penelitian yaitu subjek dari mana data dapat diperoleh penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat di muka. Dalam penelitian lazimnya terdapat dua jenis data yang dianalisis untuk memperkuat hasil dari penelitian, yaitu primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, atau dengan kata lain data yang pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung seperti hasil wawancara.³⁸ Adapun pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti di dalam penelitian ini yaitu staf atau karyawan yang bekerja di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dan juga nasabah kreditnya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tangan orang kedua. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau tidak melalui subjek penelitian. Data ini dapat diperoleh dari berbagai sumber data yang telah tersedia sebelumnya. Data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah data yang telah dipublikasikan dalam internet, atau sumber bacaan lainnya.³⁹ Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari internet, buku-buku ilmiah, pendapat-pendapat pakar dan dokumentasi serta foto dan dokumen

³⁸Eko Putro Widoyoko, Teknik Penyusunan Instrument Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

³⁹Bambang Suggono, Metodologi Penelitian Hukum (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003). hal.37.

terkait kredit yang diambil dari kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang. Dan juga diambil dari hasil penelitian terdahulu yang terkait.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Setiap kegiatan penelitian dibutuhkan objek atau sasaran. Mengumpulkan data merupakan langkah dalam mengambil sebuah sampel penelitian pengumpulan data menjadi satu fase yang sangat penting bagi penelitian bermutu.⁴⁰ Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal ini yaitu teknik penelitian lapangan (*field research*), teknik penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti terjun ke lapangan untuk mengadakan penelitian dan untuk memperoleh data-data kongkret yang berhubungan dengan pembahasan ini.

Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data di lapangan yang sesuai dengan data yang bersifat teknis, yakni sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan langsung dan pencatatan dengan sistematis atas peristiwa-peristiwa yang akan diteliti.⁴¹ Dalam observasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi data lapangan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang sebagai alternatif memperoleh kredit. Pengertian lain mengenai teknik observasi adalah cara menganalisa dan mengadakan pencatatan secara sistematis dengan melihat atau mengamati secara

⁴⁰Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2002). hal.37.

⁴¹Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Pradana Media Grup, 2010). hal.108.

langsung keadaan lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpulan informasi dengan cara tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan kontak langsung dengan tatap muka maupun dengan cara via online antara pencari informasi dengan sumber informasi. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait. Tujuan dari wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai dimintai pendapat beserta ide-idenya dalam melengkapi informasi penelitian. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara lebih teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan atau narasumber.

Pada penelitian ini, yang menjadi objek wawancara yaitu kepala unit, karyawan atau staf dan juga nasabah kredit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, kemudian wawancara ini juga dilakukan dengan tetap memperhatikan nilai-nilai dan aturan yang ada di bank BRI agar terhindar dari kesalahan atau kekeliruan dengan begitu proses penelitian ini dapat terselesaikan dan dapat menghasilkan sebuah skripsi yang baik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah adalah pengumpulan data-data diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cinderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data jenis ini mempunyai sifat

utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam.⁴²

Teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Adapun teknik dokumentasi yang dimaksud dengan penelitian ini, yaitu pengambilan gambar terkait keputusan pengambilan kredit nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang. Tujuan penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data tulisan tentang pengelolaan kredit dan sistem pelayanan bank ke nasabahnya.

F. Uji Keabsahan Data

Untuk melaksanakan teknik keabsahan data diperlukan pemeriksaan yang didasarkan atas jumlah kriteria tertentu. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah data yang dikumpulkan telah valid atau kredibel. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data dengan menggunakan data sebagai berikut:

1. Credibility

Uji credibility atau kredibilitas merupakan uji kepercayaan terhadap hasil data penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui perbedaannya dengan penelitian terdahulu. Teknik yang sering digunakan pada uji credibility ini yaitu teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah pendekatan untuk menganalisa data dengan cara membandingkan dan mengecek data. Dalam teknik pengumpulan data yang

⁴²V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015). hal.89.

besifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

2. Dependability

Dependability atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang dependability atau reabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

3. Confirmability

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji confirmability penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji confirmability berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability.⁴³ Dalam melakukan uji kepastian data, peneliti menguji keabsahan data dari berbagai sumber yaitu beberapa informan berbeda dalam hal ini nasabah kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam mengelola data, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan melihat

⁴³Sugiyono. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011). hal.276.

aspek-aspek objek penelitian. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data adalah pegangan bagi peneliti, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data hingga selesai pengumpulan data dengan menggunakan alur tahapan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Dalam hal ini peneliti mendatangi tempat penelitian, yaitu kantor PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) UPC Langnga dengan membawa surat izin secara formal karena sebelumnya dari pihak bank sendiri telah memberikan izin kepada peneliti menemui orang-orang yang telah ditargetkan sebagai informan. Proses selanjutnya yaitu memulai wawancara dan metode dokumentasi untuk memperoleh data yang diperlukan dengan lengkap.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhitarkan dan memilih-milih berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan. Adapun data yang dimaksud dalam penelitian ini ialah data yang belum diolah oleh peneliti. Oleh karena itu, reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilaksanakan.⁴⁴

⁴⁴M P Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016) hal.406. <<https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>>.

Setelah proses pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis, data dari hasil wawancara dengan beberapa sumber serta hasil dari studi dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan selanjutnya dianalisis. Kegiatan ini bertujuan untuk menabung data yang tidak perlu dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi fokus permasalahan yang diteliti.

Proses reduksi data yang dilakukan oleh peneliti lapangan pada saat melakukan kegiatan wawancara tidak terstruktur kepada informan. Hasil yang diperoleh kemudian dipilah, disatukan, lalu dipisahkan, atau membuang informan yang dianggap tidak berkaitan dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk memilih data yang penting dan data yang tidak penting sehingga akan dibuang data yang tidak diperlukan dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi fokus permasalahan yang diteliti yakni faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga sebagai alternatif memperoleh kredit.

3. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Penyajian data dilakukan dengan menggabungkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa sumber data dan studi dokumentasi. Data yang disajikan berupa narasi kalimat, dimana setiap fenomena yang dilakukan atau diceritakan ditulis apa adanya kemudian penelitian memberikan interpretasi atau penilaian sehingga data tersaji bermakna.

4. Kesimpulan Akhir

Kesimpulan akhir atau verifikasi adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Dari hasil data yang diperoleh harus diuji keabsahan atau kebenarannya sehingga keaslian dari hasil penelitian dapat terjamin. Namun, sewaktu-waktu dapat berubah jika kemudian hari ketika ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kantor Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Langnga, Kecamatan Mattiro Sompe, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan merupakan kantor cabang pembantu yang melayani pembukaan BRI internet banking atau internet banking BRI, pengaktifan BRI mobile banking, daftar BRI internet banking, sms banking BRI dan m-banking. Layanan lainnya juga kredit bank BRI dan simpan pinjam di bank BRI. Dalam pelaksanaan operasionalnya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang yang dijalankan oleh para pegawai yang memiliki kesadaran akan tanggung jawab yang besar sesuai yang telah ditentukan dalam *job description* masing-masing bagian sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Adapun visi dan misi Bank Rakyat Indonesia (BRI), sebagai berikut:

Visi:

Menjadi bank terkemuka dan terbuka yang selalu mengutamakan kepuasan semua para nasabah yang ada di seluruh Indonesia.

Misi:

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta praktek *Good Corporate Governance* (GCG) yang sangat baik.

3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

A. Hasil Penelitian

1. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang Dalam Memperkenalkan Kredit ke Nasabah Sehingga Memutuskan Mengambil Kredit di Bank

Strategi perbankan sangat diperlukan bagi dunia perbankan karena merupakan badan usaha yang berorientasi profit. Dimana dalam strategi perbankan terdapat kegiatan pemasaran yang merupakan suatu kebutuhan utama dan termasuk keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak terpenuhi, pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dalam lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strateginya.⁴⁵ Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap Mantri selaku pegawai Bank BRI yang bertugas di bagian kredit melalui wawancara, bahwa strategi yang dilakukan Bank BRI Unit Langnga dalam memperkenalkan kredit nasabah sehingga tertarik mengambil kredit di bank yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran sebagai berikut:

1. Strategi Produk

Produk Bank BRI ada bermacam-macam mulai dari produk bank jenis tabungan atau simpanan, deposito, hingga produk bank jenis pinjaman atau kredit. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Langnga

⁴⁵Deliyanti Oentero, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Pressindo, 2012). hal.1.

adalah dengan penyaluran kredit, sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen atau nasabah. Selain dapat menghimpun dana dalam bentuk simpanan juga dapat menyalurkan dana yang dapat membantu perekonomian masyarakat dengan memberikan kredit, dimana dengan produk pinjaman ini dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan dan sebagai modal untuk usaha masyarakat. Dalam wawancara dengan Pak Muh. Fajrin selaku pegawai yang bertugas di bagian kredit dalam hal ini disebut sebagai Mantri BRI Unit Langnga mengatakan bahwa:

“Produk pinjaman kredit BRI itu ada banyak macam, seperti produk kredit KUR (Kredit Usaha Rakyat), kredit kemitraan, kredit komersil, dan ada juga kredit pegawai. Dan untuk jaminan yang diajukan dalam mengambil kredit itu seperti sertifikat tanah, BPKB (Buku Kepemilikan Kendaraan Bermotor) mobil atau motor dan untuk kredit pegawai jaminan yang diajukan seperti SK PNS (Surat Keputusan Pengangkatan Pegawai Negeri Sipil).”⁴⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa untuk produk pinjaman kredit di Bank BRI khususnya Unit Langnga terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya kredit kemitraan, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Kredit Umum Pedesaan (KUPeDES), dan kredit pegawai. Produk pinjaman BRI dengan bunga kompetitif yang ditujukan kepada masyarakat umum untuk semua sektor ekonomi baik individual maupun badan usaha. Berbagai aset dan surat berharga yang bisa digunakan sebagai jaminan, seperti sertifikat rumah, tanah, AJB (Akta Jual Beli), BPKB motor atau mobil. Hal ini dikuatkan oleh wawancara dengan Ibu Efyerfianti juga selaku Mantri BRI Unit Langnga bahwa:

⁴⁶Muh. Fajrin, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

“Persyaratan awal itu untuk memperoleh kredit yaitu dengan melampirkan kartu keluarga, KTP yang aktif, foto berukuran 4X6, serta keterangan usaha dari wilayah pemerintah setempat. Untuk jaminan dalam mengambil kredit tidak mesti surat agunan, bisa saja seperti sertifikat tanah atau sejenis lainnya selama surat tersebut memiliki nilai yang tinggi. Bagi yang ingin mengajukan kredit langsung saja datang ke BRI dengan memberitahukan ke pegawai maksud dan tujuan kedatangannya, untuk itu pegawai atau *costumer service* dapat memberikan info lebih lanjut mengenai proses pengajuan kredit”⁴⁷

Lebih jelasnya, peneliti sudah mengumpulkan beberapa informasi terkait persyaratan untuk memperoleh kredit sebagai berikut :

- a) Calon nasabah melampirkan legalitas usaha, minimal surat keterangan usaha, minimal surat keterangan usaha dari kepala desa/lurah/pasar setempat.
- b) Pengalaman usaha minimal 1 tahun atau usaha sudah berjalan aktif selama satu tahun.
- c) Melampirkan dokumen identitas diri KTP/SIM sendiri dan suami/istri dan Kartu Keluarga (KK).
- d) Melampirkan bukti jaminan pinjaman (Bisa sertifikat rumah, tanah, apartemen, BPKB motor dan mobil).
- e) Surat domisili (bila mengajukan di kantor cabang yang tidak sesuai dengan identitas resmi KTP).

Adapun prosedur atau mekanisme pengajuan Kredit pada Bank BRI:

- a. Nasabah datang ke kantor BRI Terdekat, ambil antrian CS BRI (*Costumer Service*).
- b. Utarakan maksud kalian datang. Dalam hal ini adalah pengajuan pinjaman BRI.

⁴⁷Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

- c. Kemudian kalian akan disuruh untuk mengisi formulir permohonan dan melampirkan seluruh persyaratan yang ada, termasuk bila memakai jaminan.
- d. Proses persetujuan membutuhkan waktu 3-7 hari kerja , sesuai daftar antrian.
- e. Jika disetujui, pihak bank akan menghubungi nasabah untuk menandatangani akad/perjanjian kredit.
- f. Dana pinjaman akan cair dalam beberapa jam setelah penandatanganan perjanjian.

Pengajuan pinjaman dengan jaminan tidak harus berupa agunan yang bersertifikat. Artinya bisa mengajukan pinjaman dengan jaminan apapun yang memiliki nilai aset tinggi. Angsuran disesuaikan dengan kemampuan, bisa dengan bulanan atau musiman. Bagi debitur yang angsurannya dibayar tepat waktu akan mendapat bonus. Bonus tersebut dapat berupa keringanan maupun dalam bentuk lain yang ditentukan oleh pihak Bank BRI. Nasabah akan memperoleh asuransi jiwa kredit. Asuransi jiwa kredit berupa jenis asuransi jiwa, kesehatan, kecelakaan, dan meninggal dunia. Artinya , jika suatu saat terjadi musibah yang membuat nasabah meninggal atau sakit parah, sisa pinjaman akan dicover asuransi. Dan hal ini sudah terbukti melalui wawancara dengan salah satu nasabah Bank BRI, yakni Ibu Sumarni yang mengungkapkan bahwa:

“Kredit yang saya miliki yaitu kredit kupedes, dimana saya memilih kredit kupedes ini karena saya tertarik dengan adanya bonus yang ditawarkan seperti asuransi jiwa, asuransi kredit. Jadi saya merasa

bahwa kredit kupedes ini aman serta sudah terjamin manfaatnya. Selain itu saya juga pernah mendapatkan potongan bunga.”⁴⁸

Wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa dengan Bank BRI memberikan bonus potongan bunga dan bonus asuransi kepada debitur yang disiplin dalam membayarkan angsuran setiap bulannya dapat menikmati manfaat dari bonus ini. Dengan kata lain, bonus ini tidak hanya menjadi hadiah, tetapi juga sebagai penghargaan atas kedisiplinan dan tanggung jawab finansial debitur. Di samping itu, asuransi gratis ini memberikan ketenangan pikiran ekstra kepada debitur, kerana mereka tahu bahwa dalam keadaan darurat atau ketidakpastian, perlindungan asuransi telah diberikan oleh Bank BRI. Hal ini juga merupakan salah satu bentuk strategi bank dalam menarik minat keputusan nasabah. Selain itu, ini juga mencerminkan komitmen bank dalam memberikan solusi finansial yang holistik, tidak hanya memenuhi kebutuhan peminjam dalam mendapatkan dana, tetapi juga melibatkan aspek perlindungan untuk memastikan keamanan finansial mereka di masa mendatang.

Adapaun Bank BRI memiliki tiga produk unggulan yang berbeda dengan produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya, melalui wawancara dengan Ibu Efyerfianti selaku Mantri BRI Unit Langnga yang mengungkapkan bahwa:

“Produk unggulan yang dimiliki Bank BRI ada banyak, tapi saat ini yang banyak diminati masyarakat di Langnga ini yaitu produk kredit KUR. Untuk produk unggulannya yakni tabungan seperti simpedes, britama, BRI junio yang mana masing-masing memiliki keunggulan dan kelebihan dari setiap produknya.”⁴⁹

⁴⁸Sumarni, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁴⁹Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

Hasil wawancara tersebut berikut penjelasan terkait produk unggulan yang dimiliki Bank BRI:

1. Simpedes, merupakan produk jenis tabungan Bank BRI yang tidak asing lagi bagi masyarakat dan menjadi pilihan paling utama masyarakat untuk melakukan penyimpanan uang hingga sekarang. Dimana produk ini memiliki kelebihan, mulai dari pembukaan rekening yang mudah dan praktis, dapat melakukan setoran dan penarikan kapan saja, hingga dapat kartu ATM. Tak hanya itu, produk unggulan BRI ini juga memberikan akses kepada para nasabah kepada layanan elektronik, mulai dari SMS Banking, Internet Banking, dan Mobile Banking dengan menggunakan aplikasi BRImo.
2. Britama, tabungan Britama ini memiliki keunggulan dimana nasabah dapat melakukan transaksi di mana saja setiap saat, baik melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri) maupun melalui kartu debit. Menariknya, dengan menggunakan kartu Britama telah terintegrasi dengan MasterCard sehingga bebas bertransaksi di semua mesin ATM yang telah memiliki logo MasterCard.
3. BRI Junio, tabungan BRI Junio ditujukan untuk anak yang ingin memiliki tabungan mulai dari usia 0 sampai 17 tahun, transaksi pada produk ini juga dapat berlangsung secara digital.

Adapun jenis produk bank BRI lainnya, sebagai berikut:

1. Deposito BRI (DepoBRI), merupakan simpanan berjangka yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) yang penarikannya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan antara

penyimpan dengan bank. Tanda bukti atas simpanan deposito di BRI Cabang adalah Bilyet DepoBRI yang resmi diterbitkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atas nama pemiliknya dan tidak dapat diperjualbelikan seperti halnya sertifikat deposito maupun dipindah tangankan kepada orang lain tanpa surat kuasa pemiliknya.

2. Kupedes, merupakan kredit umum pedesaan yang diberikan oleh BRI Cabang kepada masyarakat yang bersifat individual, selektif dan berbunga wajar untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha kecil yang layak. Kupedes yang diberikan kepada masyarakat ada beberapa jenis, antara lain Kupedes Komersil untuk pedagang atau usaha dan Kupedes Golbertap (Golongan Masyarakat Berpenghasilan Tetap), yang termasuk dalam Golbertap menurut Surat Edaran Kanpus BRI S.112-DIR/BUD/8/89 yaitu:
 - a. Semua Pegawai Negeri Sipil
 - b. Pensiunan dari Golbertap
 - c. Pegawai tetap dari perusahaan swasta
 - d. Pegawai BUMN
3. KUR Mikro, KUR merupakan singkatan dari Kredit Usaha Rakyat yaitu kredit atau pinjaman kepada Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKM-K) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. KUR merupakan program yang dicadangkan oleh pemerintah namun sumber dananya sepenuhnya berasal dari dana bank. Penyaluran KUR diatur oleh pemerintah melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 10/pmk.05/2009. Pemerintah memberikan penjaminan terhadap resiko KUR sebesar 70%

sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh pihak bank. Bank BRI menyediakan fasilitas penyaluran KUR yang hanya ditujukan untuk usaha yang termasuk golongan usaha mikro, kemudian program itu disebut KUR Mikro. Program KUR Mikro ini diberikan dalam rangka meningkatkan akses UMKM dan koperasi pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

4. Penerimaan Pembayaran, disamping menyediakan jasa-jasa perbankan seperti diatas, BRI juga melayani penerimaan pembayaran, seperti penerimaan pembayaran PBB, penerimaan pembayaran pendaftaran Universitas, dan pembayaran dari *leasing*.

Adanya produk-produk unggulan yang dimiliki Bank BRI dan tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya tentu belum cukup membuat nasabah tertarik untuk menjadi bagian dari Bank BRI. Apalagi dalam penyaluran kredit tentunya diperlukan strategi untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada nasabah, seperti yang dinyatakan oleh Ibu Efyerfianti bahwa:

“Usaha yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Langnga untuk meningkatkan kualitas pemberian kredit ke nasabahnya sehingga tertarik memutuskan mengambil kredit yaitu dengan meningkatkan pelayanan, mapping/pemetaan wilayah, perbanyak relasi ke pejabat daerah setempat seperti kepala desa atau pak lurah dan stakeholder yang ada, misalnya siapa yang dituakan di daerah itu. Kemudian kalau di daerah khususnya Kecamatan Mattiro Sompe inikan banyak petani, jadi lebih ke pendekatan kepada distributor pupuk.”⁵⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Efyerfianti selaku Mantri bank BRI Unit Langnga tersebut, peneliti menyimpulkan bahwasanya usaha yang dilakukan

⁵⁰Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

Bank BRI Unit Langnga dalam meningkatkan kualitas pemberian kredit ke nasabah sehingga nasabah menjadi tertarik dan memutuskan mengambil kredit di bank yaitu dengan berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Bank BRI melakukan transformasi layanan melalui *costumer engagement, shifting transaction to digital dan simplifikasi service process* dengan mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Selain itu, Bank BRI melakukan strategi dengan fokus pengembangan pembiayaan untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dengan fitur-fitur produk dan kemudahan akses pelayanan kredit, melakukan pemetaan penduduk untuk dijadikan sasaran calon nasabah baru dan pemetaan wilayah. Yang mana, di Bank BRI Unit Langnga ini mayoritas penduduknya yang mengambil kredit kebanyakan petani untuk itu, BRI melakukan pendekatan ke distributor pupuk dengan membiayai terlebih dahulu biaya pupuk petani, dengan begitu Bank BRI dapat membantu kelancaran usaha petani. Mereka dapat memilih tenggat waktu pembayaran sesuai kenyamanan dan kemampuan, serta membantu menjaga cash flow keuangan mereka di tengah sulitnya perekonomian yang semakin meningkat.

2. Strategi Harga

Penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekomplekan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga lebih lanjut. Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang

dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.⁵¹ Berikut wawancara dengan Pak Muh. Fajrin selaku Mantri BRI Unit Langnga terkait jumlah minimal dan maksimal pinjaman kredit pada Bank BRI Unit Langnga serta jangka waktu dan bunga yang diberikan:

“Mengenai kredit KUR itu administrasi yang terpotong langsung dari tabungan tidak ada, tetapi ada namanya bundling. Bundling yaitu selain KUR kita bisa tawarkan produk lain misalnya, asuransi kebakaran, asuransi tempat usaha dan asuransi kesehatan. Nah, itu yang terkadang terpotong dari tabungan dan sebelumnya sudah dijelaskan kepada nasabah terkait hal ini. Dan untuk suku bunga atau jangka waktu serta besaran pinjaman kredit sudah ada disiapkan brosurnya, dimana untuk bunganya itu sudah ditetapkan untuk pertahun dan perbulannya.”⁵²

Lebih jelasnya, Bank BRI Unit Langnga untuk bunga yang ditetapkan dalam pinjaman sebesar 17.505% per tahun atau 1.4 % per bulan. Bunga ini relatif rendah dibandingkan pinjaman sejenis lainnya, namun sedikit tinggi dengan KUR BRI yang hanya 9% per tahun. Jangka waktu yang diberikan cukup variatif, dari mulai 6, 12, 18, 24 dan sampai 48 bulan. Besaran dana yang cair minimal 5-200 juta tergantung nilai jaminan yang digadaikan. Adapun mengenai nasabah yang telah sampai angsuran pembayarannya atau lambat membayar (kredit macet), cara mengatasinya telah dijelaskan oleh Ibu Efyefianti dalam wawancara berikut:

“Bagi nasabah yang belum melakukan pembayaran kreditnya, kita setiap saat mengecek di sistem apakah masih ada nasabah yang belum melakukan pembayaran dan kalau ada langsung dihubungi itupun kalau sudah lewat masa pembayarannya tapi masih belum membayar pihak bank langsung mendatangi rumah nasabah tersebut jangan

⁵¹Basu Swatsha, ‘Analisa Dan Perilaku Konsumen’, in *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE. UGM, 2010), hlm. 147.

⁵²Muh. Fajrin, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

sampai karena lupa atau bagaimana, sehingga nasabah tersebut belum melakukan pembayaran.”⁵³

Melihat kondisi ini peneliti menyimpulkan bahwa cara Bank BRI Unit Langnga ini dalam mengatasi nasabah kredit yang telah sampai angsuran pembayaran kreditnya tetapi belum atau lambat membayar (kredit macet) yaitu dengan pegawai Bank BRI di bagian kredit dalam hal ini disebut sebagai mantri, selalu mengingatkan ke nasabah, tetapi dengan tidak menggunakan kekerasan hanya butuh mengingat setiap saat dengan datang ke rumah nasabah atau menginformasikan lewat telepon. Siapa tau nasabah yang bersangkutan sebenarnya lupa kapan sebenarnya harus membayar kreditnya.

Terkait target kredit, dalam hal ini PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, mencatat telah menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar Rp 143 triliun per November 2023. Angka ini sekitar 73% dari target atau kuota KUR yang diberikan pemerintah BRI pada tahun 2023. Penyaluran KUR BRI telah diberikan kepada lebih dari 3 juta debitur selama periode Januari sampai November 2023. *Corporate Secretary* BRI Agustya Hendy Bernadi mengatakan, terdapat penyesuaian atau perubahan alokasi kuota KUR BRI oleh pemerintah dari sebelumnya Rp 270 triliun menjadi Rp 194,4 triliun, sehingga sampai dengan akhir November 2023 BRI telah menyalurkan 73% dari target.⁵⁴

⁵³Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

⁵⁴BRI Beberkan Pertumbuhan Debitur Baru KUR 2023 yang Lampau Target <<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7046485/bri-beberkan-pertumbuhan-debitur-baru-kur-2023-yang-lampau-target>>

3. Strategi Lokasi

Penentuan lokasi atau tempat suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting, karena berkaitan dengan potensi penjualan dan keuntungan, daya saing dan kesinambungan usaha. Menurut Pak Masriadi selaku kepala unit BRI Langnga yang menuturkan bahwa:

“Lokasi yang strategis sangat memudahkan masyarakat dan nasabah dalam berurusan dengan suatu lembaga keuangan. Bank BRI Unit Langnga berada di Jl. Lamuhammad-Pinrang, Pallameang. Lokasi ini cukup strategis dimana Bank BRI Unit Langnga sudah lama berdiri dan tentunya sudah diketahui masyarakat wilayah Kecamatan Mattiro Sompe, bahwasanya Bank BRI ini beralokasi di Langnga tepatnya berada dekat Pasar Langnga. Selain itu, Bank BRI ini juga berdekatan dengan pegadaian dimana Bank dimungkinkan bisa saling bekerja sama dalam sektor keuangan serta mampu membangun relasi untuk masyarakat setempat.”⁵⁵

Hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang diperhatikan oleh perusahaan dan merupakan salah satu strategi bank agar usahanya dapat terlihat oleh banyak orang dan memperoleh keuntungan.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah informasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga promosi dapat menambah minat para konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Agar promosi yang dilakukan dapat efektif dan efisien, sebaiknya sebelum melakukan promosi harus menentukan target pasar, penentuan siapa target pasar produk atau jasa yang dituju sangatlah penting karena

⁵⁵Masriadi, Kepala Unit Bank BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

menyangkut kebutuhan setiap target pasar bisa berbeda. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Efyerfianti terkait strategi promosi yaitu:

“Upaya yang dilakukan Bank BRI Unit Langnga untuk memperkenalkan kredit kepada masyarakat yaitu dengan cara bagi-bagi brosur. Selain itu, untuk yang manual kita gunakan sosmed. Biasanya kalau sudah bagi brosur, nasabah datang sendiri dengan mencari info lebih lanjut terkait kredit kemudian baru melengkapi berkas sebagai persyaratan dalam mengajukan kredit.”⁵⁶

Terkait kerja sama Bank BRI Unit Langnga yang terjalin dengan masyarakat setempat yaitu dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Pak Masriadi sebagai Kepala Unit BRI Langnga yang mengungkapkan bahwa:

“Bagaimana kerja sama Bank BRI yang terjalin dengan masyarakat setempat yaitu kami terus melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan maksud untuk mencari calon nasabah baru yang memiliki usaha tapi belum memiliki kredit, dan juga mencari info terkait permasalahan masyarakat sehingga kami dapat membantu usaha dan menyalurkan bentuk bantuan melalui pemberian kredit, selain itu kami berupaya tetap terus meningkatkan pelayanan agar membuat nasabah nyaman bertransaksi dan menjadi bagian dari Bank BRI.”⁵⁷

Hasil dari wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) tetap berkomitmen untuk terus meningkatkan pelayanan dan kerjasama baik kepada pemerintah daerah maupun masyarakat. Bank BRI selama ini berupaya memberikan segala bentuk kemudahan mulai dari pemberian kredit hingga pelayanan langsung kepada masyarakat. Selain itu, Bank BRI juga memberikan kredit kepada pengusaha kecil maupun pegawai dan lainnya seperti koperasi. Sementara untuk kredit kepada konsumen atau nasabah, diantaranya dapat diberikan dalam bentuk kredit kepelikan rumah dan kendaraan bermotor. Dengan begitu Bank BRI akan

⁵⁶Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

⁵⁷Masriadi, Kepala Unit Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

terus menjalin kerjasama dengan pemerintah dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.

5. Strategi Sumber Daya Manusia

People adalah sumber daya manusia atau semua orang yang memainkan satu peran dalam waktu *riil* (selama belangsungnya proses). Dengan kata lain semua karyawan maupun nasabah termasuk ke dalam unsur *people* yang saling mempengaruhi satu sama lain. Seperti wawancara dengan Ibu Efyerfianti yang memaparkan sebagai berikut:

“Kami selaku pegawai bank di sini itu tidaklah menetap, dulunya itu setiap 2 tahun akan dilakukan *rolling* atau pergantian secara acak pegawai yang ditugaskan ke setiap unit kantor bank bri yang terdapat di Pinrang. Namun, sekarang berbeda lagi paling cepat pergantian pegawainya itu 6 bulan dan untuk pekerja setiap unitnya itu seperti bank BRI unit Langnga ini terdapat seorang kepala unit, 4 orang mantri, 2 orang *costumer service*, seorang *teller*, seorang *cleaning service*, dan 2 orang satpam (untuk penjaga keamanan di siang dan malam hari). Selain itu, semua karyawan atau staf ikut berperan dalam memasarkan produk bank BRI.”⁵⁸

Menurut peneliti dari hasil wawancara diatas bahwa pada sebuah unit bank dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dimana terlebih dahulu telah dipastikan dan diatur sedemikian rupa sumber daya manusia yang akan digunakan sehingga kegiatan atau aktivitas dalam kantor dapat berjalan dengan efektif. Dengan begitu setiap karyawannya dapat melaksanakan masing-masing tugasnya sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

6. Strategi Proses

Proses yaitu semua tahapan, mekanisme, aturan, dan alur kegiatan produk atau jasa disampaikan dengan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.

⁵⁸Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

Proses yang mampu dipahami nasabah dan sesuai dengan yang diinginkan akan turut menentukan kepuasan nasabahnya. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Muh. Fajrin yakni:

“Dalam mengambil kredit yaitu nasabah tentunya harus memenuhi persyaratan yang ada dengan melengkapi semua berkas seperti jaminan yang akan diajukan, KTP, surat izin usaha, dan persyaratan lainnya yang dibutuhkan. Setelah itu nasabah yang telah melakukan pengajuan kredit dan berkasnya telah diterima kemudian dilakukan survei ke lokasi usahanya untuk memastikan apakah calon nasabah tersebut berhak menerima pinjaman kredit atau tidak layak. Setelah dilakukan pengecekan terhadap berkasnya dan disetujui oleh pimpinan barulah calon nasabah tersebut dipanggil untuk melakukan proses pencairan kredit.”⁵⁹

Adapun wawancara dengan salah satu nasabah kredit terkait strategi proses mengemukakan bahwa:

“Proses dalam melakukan pencairan kredit aman dan juga nyaman, hanya saja untuk proses pencairannya setelah mengajukan permohonan kredit itu kita harus menunggu beberapa hari setelahnya paling lama seminggu setelah permohonan kredit.”⁶⁰

Hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa proses pengambilan kredit di bank BRI yakni mudah dan aman namun, terdapat kekurangan dalam proses pencairan kredit di bank BRI Unit Langnga yakni lambatnya proses pencairan kredit setelah nasabah mengajukan permohonan kredit.

7. Strategi Bukti Fisik

Penampilan fisik suatu perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap konsumen atau pelanggannya untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Lingkungan fisik membantu membentuk perasaan dan

⁵⁹Muh. Fajrin, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

⁶⁰Darmawati, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

reaksi yang tepat antara pelanggan dan karyawan. Ibu Efyerfianti dalam wawancaranya:

“Bagi perusahaan jasa seperti bank, termasuk bank BRI Unit Langnga ini tentunya memperhatikan kenyamanan nasabah karena dengan kenyamanan yang didapatkan, nasabah akan semakin sering bertransaksi di bank. Hal ini tidak lepas dari ruangan yang bersih dengan fasilitas AC, kursi antrian nasabah yang cukup memadai, parkir kendaraan yang tersedia dan juga aman.”⁶¹

2. Faktor-faktor Yang Menjadi Pertimbangan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Bank BRI Untuk Memperoleh Kredit

Pengambilan keputusan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang. Faktor-faktor tersebut seperti gaya hidup, sikap, motivasi, kepribadian, lingkungan dan lain-lain. Untuk menganalisis keputusan masyarakat Langnga terhadap produk kredit pada Bank BRI Unit Langnga, peneliti telah melakukan wawancara dengan tujuh orang nasabah. Banyak faktor yang mendasari nasabah dalam memutuskan untuk mengambil kredit di Bank BRI Unit Langnga diantaranya yaitu sebagai modal usaha, pelayanan, kepercayaan, dan lingkungan. Berikut analisis dari hasil wawancara tersebut:

1. Faktor Sosial

Faktor sosial mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit di Bank BRI. Dimana faktor sosial merupakan faktor yang berhubungan dengan kesatuan sosial yang menjadi suatu wadah atau tempat untuk menjalin interaksi antara satu sama lain karena adanya hubungan diantara mereka. Dalam hal ini, perilaku seorang nasabah dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial

⁶¹Efyerfianti, Mantri BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial atau dengan kata lain karena pengaruh lingkungan.⁶² Pengaruh lingkungan termasuk ke dalam faktor eksternal, seseorang dapat terpengaruh oleh lingkungannya, seperti salah satu nasabah yaitu Ibu Nia dalam wawancara mengatakan bahwa:

“Saya baru saja akan mengajukan pinjaman kredit, dari mana saya tahu hal ini yaitu karena awalnya ajakan dari teman-teman saya dan kebetulan ada juga keluarga yang sudah berpengalaman terkait proses kredit di bank seperti apa dan setelah mendapatkan informasi dari keluarga saya tersebut, akhirnya saya juga merasa tertarik memilih untuk ambil kredit di bank.”⁶³

Peneliti menyimpulkan bahwa keluarga dan juga teman merupakan kelompok acuan primer yang paling penting bagi seseorang dan itu paling berpengaruh, serta merupakan suatu kondisi yang mempengaruhi seseorang untuk menemukan pilihannya. Dalam hal ini, masyarakat (nasabah) mengambil kredit di Bank BRI karena adanya pengaruh atau ajakan dari keluarga dan juga teman. Adapula nasabah yang lainnya menyatakan bahwa:

“Kenapa saya tertarik dan memutuskan mengambil kredit di Bank BRI karena pertama kali dengar dari tetangga bahwa terkait pinjaman kredit di Bank BRI untuk bunganya tidak terlalu tinggi dan persyaratannya pun mudah, dan aman.”⁶⁴

Melihat wawancara di atas, yang peneliti garis bawahi yaitu informasi dari mulut ke mulut masyarakat. Artinya masyarakat disini merupakan orang yang terlibat dalam mempengaruhi minat nasabah sehingga tertarik dan memutuskan mengambil kredit dan hal itu merupakan peran sosial, karena

⁶²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1996).

⁶³Nia, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

⁶⁴Fitriani, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

tanpa adanya informasi yang masuk mengenai hal tersebut nasabah (Ibu Fitriani) tidak dapat mengetahui bahwa kredit di Bank BRI seperti ini. Hal ini disebabkan karena informasi yang disampaikan merupakan informasi yang bermanfaat untuk memperoleh modal usaha dan juga bertransaksi di sana di bandingkan tempat yang lain dan nasabah lebih menyukai karena bunganya yang rendah dan persyaratan untuk memperoleh kredit pun mudah. Seperti halnya status sosial, seseorang dalam masyarakat pun akan memiliki beberapa peran. Semakin banyak posisi sosial yang dimilikinya maka, semakin banyak pula peran yang harus dimainkannya. Besarnya peran sosial dalam masyarakat menunjukkan semakin berhasilnya seseorang tersebut dalam bersosialisasi.

2. Faktor Pelayanan

Layanan dalam suatu lembaga keuangan utamanya dalam dunia perbankan sangatlah penting dalam meningkatkan kualitas suatu bank karena seberapa bagus pun produk yang dihasilkan suatu bank, maka akan sia-sia jika tidak didukung dengan pelayanan yang baik pula. Dalam pelayanan yang baik memungkinkan kesetiaan nasabah terhadap sebuah perusahaan, tujuan dari pelayanan yaitu untuk mencapai pelayanan tertentu yang erat kaitannya bila dihubungkan dengan kepuasan nasabah. Bank BRI merupakan salah satu wadah yang didirikan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah terhadap suatu sistem maupun pelayanannya.

Berikut untuk melihat pentingnya suatu pelayanan dalam suatu perusahaan dalam hal ini Bank BRI Unit Langnga, maka dapat dilihat faktor-faktor pelayanannya, yakni:

- a. Keamanan, adanya jaminan yang diberikan oleh perusahaan atas kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima.
- b. Pelayanan yang prima, pelayanan yang memudahkan nasabah dan pelayanan yang cepat dan ramah dari karyawan bank.

Pelayanan termasuk dalam faktor eksternal, pelayanan sangat berpengaruh karena kualitas pelayanan yang baik akan membawa nama baik bank di masyarakat. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BRI Unit Langnga, nasabah merespon dengan baik dan merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Hariani salah satu nasabah kredit Bank BRI Unit Langnga, yakni:

“Selama saya menjadi nasabah di Bank BRI dan setiap kali saya melakukan pencairan kredit, kami selalu mendapatkan keramahan oleh CS (*Costumer Service*) Bank BRI dan dengan pelayanannya yang ramah itu membuat kami nyaman begitupun dengan Mantrinya mempermudah kami dalam proses pencairan kredit kami untuk memperoleh kredit, sehingga kami bisa mendapatkan tambahan dana untuk usaha penjualan air minum isi ulang kami. Selain itu, pimpinan Bank BRI juga alhamdulillah selain baik juga gagah.”⁶⁵

Nasabah yang lain juga (Ibu Arafah) mengungkapkan pendapat mereka mengenai pelayanan yang diberikan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Langnga Kabupaten Pinrang sebagai berikut:

“Alasan kenapa memutuskan memilih kredit di Bank BRI karena saya merasa kualitas pelayanan yang diberikan baik, membuat kami nyaman mulai dari sejak awal masuk di kantor di sambut oleh satpam-Nya dengan mengatakan “siang bu ada yang bisa dibantu”, kemudian diarahkan. Lanjut ke pelayanan *Costumer Service*-Nya juga sangatlah ramah, begitupun dengan pelayanan *Teller*-Nya selain bersih dan rapi juga suka senyum tentu membuat kita nyaman untuk dipandang. Pasti tentunya setiap pelayanan di suatu kantor sama akan tetapi saya tetap

⁶⁵Hariani, nasabah Bank BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

memilih di Bank BRI karena selain lokasinya dekat, saya juga sudah tidak bisa pindah-pindah lagi karena sudah nyaman.”⁶⁶

Nasabah berikutnya yakni Ibu Darmawati, yang mengungkapkan bahwa:

“Kalau untuk pelayanan di Bank BRI Unit Langnga saya merasa sudah sangat bagus, karena selama saya menjadi nasabah di sini, alhamdulillah saya belum pernah mendapatkan masalah dan semoga ke depannya tidak pernah terjadi dan saat datang ke kantor Bank BRI ini saya suka saja karena bisa belajar banyak pengalaman bukan hanya dalam pengambilan kredit tetapi juga mendapatkan pengetahuan baru mulai dari cara menyeter dan tarik uang di mesin ATM hingga mendaftarkan akun BRImo.”⁶⁷

3. Faktor Pribadi

Pada hakikatnya, manusia merupakan pribadi yang utuh, khas dan memiliki sifat-sifat sebagai makhluk individu. Dalam kehidupannya, seorang manusia memiliki kebutuhan yang diperuntukkan bagi kepentingan pribadinya, dan kehidupan pribadi tersebut merupakan kebutuhan yang utuh dan memiliki ciri yang khusus dan unik. Seperti yang disebutkan Bilson Simamora pada bukunya bahwa karakteristik dalam faktor pribadi meliputi usia dan tahap daur hidup, keadaan ekonomi, pekerjaan, dan gaya hidup.⁶⁸ Namun, yang peneliti lihat saat wawancara bahwa yang mempengaruhi keputusan nasabah melakukan pengambilan kredit disebabkan oleh faktor pribadi yang karakteristiknya pada kondisi keadaan ekonomi dan pekerjaannya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu nasabah yaitu Ibu Nia yang menyatakan bahwa:

⁶⁶Arafah, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁶⁷Darmawati, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁶⁸B Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Gramedia Pustaka Utama, 2002) <<https://books.google.co.id/books?id=pAfxNu7FFCYC>>.

“Hal yang membuat saya mengambil kredit adalah karena pribadi saya masih kekurangan dana dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari untuk keluarga dari hasil pendapatan pekerjaan suami saya yang mana pekerjaan suami saya hanyalah bekerja di tambak dan untuk itu saya memutuskan untuk menambah kecukupan modal usaha penjualan kambing saya dengan mengambil kredit di bank. Dan saya merasa dengan mengambil kredit di Bank BRI merupakan langkah yang tepat karena kami dapat menikmati hasilnya juga.”⁶⁹

Faktor yang mempengaruhi keputusan Ibu Nia mengambil kredit di Bank BRI disebabkan karena faktor pribadi menyangkut pekerjaan atau usahanya, beliau butuh sejumlah uang atau dana dalam mencukupi modal untuk menjalankan usahanya agar terus maju dan mampu mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kambing-Nya. Dari keuntungan yang ia dapatkan nanti mampu membuat nasabah memutar keuntungannya agar usahanya lancar sedikit demi sedikit.

Peneliti menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan seorang nasabah mengambil pinjaman/kredit karena dari sisi kebutuhan atau kondisi perekonomian-Nya yang ingin membuat usahanya tetap berjalan dan mampu memperoleh dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dan ia ingin mempertahankan usahanya agar dapat menambah penghasilan. Adapun nasabah lainnya yakni Ibu Sri memutuskan untuk mengambil kredit di Bank BRI karena faktor pribadi yang mana diungkapkan sebagai berikut:

“Saya memutuskan mengambil kredit di Bank BRI karena faktor ekonomi, dimana kebutuhan sehari-hari tidak dapat dipenuhi hanya dengan pekerjaan suami sebagai penjual kayu. Dimana usaha kayu ini juga membutuhkan modal untuk menambah penghasilan dari keuntungan jaul kayu ini. Berharap dengan mengambil kredit usaha kami tetap berjalan dengan lancar.”⁷⁰

⁶⁹Nia, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

⁷⁰Sri, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

Wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa fenomena yang terjadi yaitu kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang tersedia. Mengingat hal tersebut, mau atau tidaknya seseorang (manusia) harus mengurangi kebutuhannya untuk membeli berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi seperti biaya pendidikan anak, dengan berbagai cara seperti yang meminjam dari berbagai sumber dana yang ada seperti halnya mengambil kredit di bank. Oleh karena itu, hadirnya Bank BRI ini membantu masyarakat yang membutuhkan seperti nasabah yang telah peneliti wawancarai sebelumnya.

4. Faktor Psikologis

Selain faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan nasabah adapula faktor lainnya, yaitu faktor psikologis. Faktor psikologis merupakan pengaruh rangsangan pemasaran luar, seperti ekonomi, politik, teknologi, dan budaya yang merupakan titik awal untuk memahami perilaku konsumen. Untuk menghasilkan keputusan dalam pembelian konsumen, maka satu perangkat psikologi harus berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu.⁷¹

Faktor psikologi tersebut dipengaruhi oleh faktor dari segi motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap serta kepercayaan. Namun, dari segi persepsi merupakan suatu pandangan atau pendapat yang diberikan pada suatu obyek tertentu dan menilai sesuai dengan rangsangan tersendiri. Berikut wawancara yang dilakukan dengan beberapa nasabah, terhadap pandangan yang dinilai nasabah dalam pengambilan keputusan memilih kredit di Bank BRI:

⁷¹Philip Kotler, *Marketing, Terjem. Herujiati Purwoto*. hal.118.

Ibu Hariani mengatakan bahwa “menurut pemahaman saya terkait kredit di Bank, saya melihat dari proses pencairannya yang mudah selain itu, dilihat dari segi bunga nya juga rendah dan ringan dengan itu tidak membuat saya terbebani, serta lokasinya pun tidak jauh dari tempat tinggal saya.”⁷²

Segi pandangan atau persepsi merupakan penilaian langsung terhadap sesuatu yang dipandang sesuai dengan apa yang dilihat dan kemudian menetapkannya sebagai pilihan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Arafah bahwa lokasi dengan tempat tinggalnya yang cukup dekat. Dengan lokasi yang dekat merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah ke Bank BRI dan apalagi beliau termasuk nasabah yang sudah lama menjadi konsumen di lembaga tersebut. Seperti yang dipaparkan pula oleh Ibu Sri yang mengatakan bahwa:

“Bank BRI Unit Langnga ini sudah lama dikenal oleh masyarakat setempat pastinya dan terkait bunganya yang rendah dan proses pengambilan kredit dalam hal ini syarat dan tahap pencairannya sudah diketahui bagaimana dan sudah paham sehingga memutuskan memilih kredit di Bank BRI Unit Langnga. Untuk lokasinya pun mudah dijangkau serta memberikan ruang yang aman dan nyaman bagi nasabah.”⁷³

Sebagaimana pemaparan yang telah diungkapkan oleh beberapa nasabah, bahwa lokasi merupakan salah satu alasan bagi nasabah yang ingin mengambil kredit karena lokasinya yang mudah dijangkau dengan cepat serta sudah lama diketahui oleh masyarakat khususnya penduduk di wilayah Kecamatan Mattiro Sompe. Selain dari faktor lokasi yang dimaksud, adapun faktor biaya yang mana bagi nasabah banyak yang memilih kredit KUR karena bunganya yang rendah, apalagi nasabah yang telah lama berkenalan

⁷²Hariani, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁷³Sri, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

dengan kredit tersebut maka dia akan terbiasa dengan sistem pencairannya.

Dan lanjut pemaparan Ibu Hariani mengatakan bahwa:

“Dari segi kepercayaan pula membuat saya berkeputusan mengambil kredit di Bank BRI karena dana yang disalurkan memang untuk masyarakat yang membutuhkan terkhusus dapat membantu usaha air minum isi ulang saya dan dana tersebut didapatkan setelah melewati berbagai tahap dan proses dalam persyaratan mengambil kredit.”⁷⁴

Kepercayaan merupakan pemikiran yang timbul dengan rasa keyakinan terhadap sesuatu sehingga timbul karakter yang saling mempercayai satu sama lain, kepercayaan berarti orang yang memiliki keyakinan bahwa mereka yang saling mengandalkan sehingga orang (nasabah) telah mempercayakan lembaga yang ditempati meminjam dengan mengajukan surat berharga sebagai jaminannya. Peneliti menyimpulkan bahwa kepercayaanlah yang mempengaruhi Ibu Hariani berkeputusan mengambil kredit di bank dan sehingga berminat karena telah memberikan kepercayaan lebih terhadap keamanan barang yang dijaminakan oleh pihak atau pegawai bank. Selain itu Ibu Fitriani juga mengungkapkan bahwa:

“Salah satu faktor yang membuat saya memutuskan tertarik lebih memilih mengambil kredit di Bank BRI karena juga termotivasi ingin menjadi nasabah di Bank BRI dan dengan adanya pengalaman dimana tabungan dalam rekening yang saya simpan dari sisa pinjaman kredit yang saya ambil saya mendapatkan hadiah berupa souvenir rantang tempat nasi dari BRI.”⁷⁵

Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Fitriani bahwa ia tertarik dan berkeputusan mengambil kredit di bank karena ada dorongan dari dalam diri individu, sehingga membuatnya menjadi bagian dari Bank BRI dan tetap loyal

⁷⁴Hariani, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁷⁵Fitriani, nasabah Bank BRI Unit Langnga, *wawancara* di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

dalam melakukan sebuah transaksi apalagi dengan adanya hadiah souvenir yang didapatkan.

3. Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Kredit

Bank BRI unit Langnga dalam melakukan strategi untuk memperluas kapasitas usahanya dimana harus disesuaikan dengan permintaan dan selera konsumen. Memahami bagaimana perilaku nasabah dalam proses keputusan pengambilan kreditnya, hal ini merupakan salah satu upaya bank agar dapat menguatkan daya saing produk kreditnya dan meningkatkan penyaluran kreditnya. Dengan memahami hal tersebut, bank akan memperoleh informasi yang dapat berguna dalam menyusun perencanaan strategi pemasaran untuk produk kreditnya. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep strategi pemasaran.

Ada beberapa cara mengukur pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen ketika ia dihadapkan pada persoalan pembelian produk. Lima tahapan penting dalam pengambilan keputusan yakni:⁷⁶

1. Mengenali Masalah

Ketika seseorang konsumen menyadari bahwa hal-hal yang dimilikinya tidak lagi memenuhi standar atau tidak lagi memenuhi hasratnya, maka konsumen tersebut sedang berada dalam bagian pertama dari proses pengambilan keputusan yaitu mengenali adanya masalah yang harus diselesaikan, baik itu masalah kecil ataupun masalah yang lebih besar. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Darmawati selaku nasabah kredit di Bank BRI Unit Langnga yang mengungkapkan bahwa:

⁷⁶Philip Kotler, 'Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian', in *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Indonesia, 2000), hal. 57.

“Tujuan mengambil kredit sebenarnya selain untuk usaha jual ikan saya, yaitu juga untuk mencukupi biaya kuliah anak saya yang sedang berjalan agar kuliahnya tidak terputus karena hambatan dalam melakukan pembayaran semester sehingga dapat menyelesaikan studinya.”⁷⁷

Dari hasil wawancara dengan Ibu Darmawati, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa seorang konsumen atau nasabah akan melakukan pembelian suatu produk dalam hal ini pengambilan kredit sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Tanpa adanya pengenalan masalah yang muncul, konsumen tidak dapat menentukan produk yang akan dibeli atau digunakan.

2. Mencari Informasi

Setelah permasalahan disadari, konsumen memerlukan beberapa informasi yang digunakan untuk memecahkan masalah. Proses mencari informasi adalah proses dimana seorang konsumen mengamati lingkungan sekitarnya untuk mengumpulkan data-data yang ia perlukan untuk membuat suatu keputusan yang rasional. Seorang konsumen menyadari bahwa ia perlu menyelidiki segala sesuatu yang berkaitan dengan yang ia butuhkan untuk mendapatkan informasi yang spesifik berkenaan dengan suatu barang dengan tujuan untuk membeli barang tersebut. Seperti wawancara dengan Ibu Arafah yang mengungkapkan bahwa:

“Saat ingin mengambil kredit awalnya saya bertanya-tanya terkait kredit kepada orang-orang yang sudah punya kredit di Bank BRI, dan untuk lebih memastikan informasi terkait pengambilan kredit di bank saya juga langsung ke satpam BRI mencari info lebih jelas, karena kebetulan satpamnya adalah kenalan saya.”⁷⁸

⁷⁷Darmawati, nasabah Bank BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

⁷⁸Arafah, nasabah Bank BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 20 Februari 2024.

3. Mengevaluasi Pilihan

Seorang konsumen dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk, seringkali harus memilih satu dari sekian banyak pilihan. Maka, yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan yakni mengenali pilihan apakah produk yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan saat ini atau tidak.

4. Pengambilan Keputusan

Keputusan seorang nasabah dalam memilih suatu produk, akan mengeliminasi pilihan yang tidak sesuai dan tidak memenuhi standar dasar yang mereka tetapkan pada pilihan yang mereka tetapkan sebelum memilih produk. Begitupun sebaliknya, pada pengambilan keputusan akan ditetapkan pada pilihan yang mereka anggap sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan tidak akan membandingkan antara produk satu dengan yang lainnya.

5. Hasil

Seorang konsumen akan melakukan pembelian dan mendapatkan produk yang diinginkan sebagai hasil dari pengambilan keputusan yang dilakukan, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Darmawati bahwa:

“saya senang menjadi nasabah di Bank BRI karena Bank BRI telah membantu permasalahan ekonomi keluarga kami, yaitu selain memberikan modal untuk usaha disamping itu pula kami dapat membiayai kuliah anak saya. Dan harapan ke depannya untuk Bank BRI semoga bunga kreditnya bisa selalu bersahabat (rendah dan tidak tinggi) dan juga kredit KUR agar tetap ada sehingga kami bisa selalu melakukan pengambilan kredit dengan bertahap sesuai prosedur pemberian kredit bank (tetap loyal).”⁷⁹

⁷⁹Darmawati, nasabah Bank BRI Unit Langnga, wawancara di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, 21 Februari 2024.

Setelah wawancara dengan beberapa nasabah peneliti dapat menyimpulkan bahwa cara nasabah membuat keputusan dalam melakukan pengambilan kredit yaitu dimulai dari adanya masalah yang muncul dengan begitu akan melakukan pencarian solusi terhadap masalah yang dihadapi. Setelah nasabah tersebut mendapatkan berbagai informasi, nasabah akan mengevaluasi alternatif yang ada untuk mengatasi permasalahan yang dihadapinya, kemudian barulah melakukan suatu keputusan terhadap pilihannya yang dianggap sudah tepat sebagai hasil dari evaluasinya terhadap suatu produk. Dan yang terakhir adalah hasil yang didapatkan dari keputusan suatu produk yang dipilihnya. Untuk itu, keputusan nasabah dalam mengambil kredit itu penting sebelum nasabah mengambil kredit. Agar mengantisipasi tidak adanya hambatan yang besar maupun yang kecil yang terjadi pada saat pengambilan kredit, serta dapat sesuai dengan keinginan yang diharapkan nasabah.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang Dalam Memperkenalkan Kredit ke Nasabah Sehingga Memutuskan Mengambil Kredit di Bank

Menurut Alferd D. Chandler Jr. Pengertian pemasaran adalah penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa strategi pemasaran atau lebih dikenal

dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sebagai alat pemasaran yang bisa dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Strategi tersebut yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi.

1. Strategi Produk

Strategi produk memegang peranan yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Hal ini disebabkan karena strategi produk dapat mempengaruhi pemasaran. Disamping itu, pemilihan jenis produk yang dipasarkan dapat menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk merupakan proses menetapkan dan menyiapkan produk yang tepat bagi pasar yang dituju sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan melalui peningkatan penjualan.

Menurut Suyanto, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam perencanaan strategi produk, diantaranya adalah mutu atau kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merk, pengemasan, ukuran, jenis, jaminan, dan pelayanan. Hal ini sejalan dengan Tjiptono yang menyatakan bahwa produk merupakan bentuk penawaran perusahaan

berdasarkan kebutuhan dan keinginan tertentu seorang pelanggan atau nasabah untuk mencapai tujuan perusahaan.⁸⁰

Hasil penelitian pada strategi produk menyatakan bahwa produk yang ditawarkan oleh pihak Bank BRI Unit Langnga yaitu bervariasi, mulai dari produk jenis tabungan atau simpanan hingga produk jenis pinjaman atau kredit. Setelah melakukan penelitian di Bank BRI Unit Langnga ini, masyarakat Mattiro Sompe kebanyakan lebih tertarik dan memutuskan mengambil produk pinjaman berupa Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang mana produk kredit ini dapat membantu perekonomian masyarakat dengan menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman, ini sebagai modal untuk usaha masyarakat dengan persyaratan dan proses pencairannya yang mudah dan aman serta suku bunga nya juga relatif rendah.

Pihak Bank BRI Unit Langnga telah melakukan berbagai usaha dan strategi dalam meningkatkan kualitas pemberian kreditnya ke nasabah sehingga tertarik dan memutuskan mengambil kredit yaitu dengan berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Selain itu, Bank BRI melakukan strategi dengan fokus pengembangan pembiayaan untuk UMKM, melakukan pemetaan penduduk dan pemetaan wilayah untuk dijadikan sasaran calon nasabah baru yang mana di Bank BRI Unit Langnga ini mayoritas penduduknya yang mengambil kredit kebanyakan petani.

Untuk itu, BRI melakukan pendekatan ke distributor pupuk dengan membiayai terlebih dahulu biaya pupuk petani, dengan begitu Bank BRI dapat

⁸⁰Fandy Tjiptono, 'Prinsip, Penentuan Dan Penelitian', in *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), hal. 40.

membantu kelancaran usaha petani. Mereka dapat memilih tenggat waktu pembayaran sesuai kenyamanan dan kemampuan, serta membantu menjaga cash flow keuangan mereka di tengah sulitnya perekonomian yang semakin meningkat. Serta memberikan potongan bunga bagi nasabah yang disiplin dalam membayarkan angsuran kredit setiap bulannya. Berdasarkan langkah-langkah tersebut maka tujuan strategi produk dapat terlaksana dan mencapai sasaran yang dituju sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

2. Strategi Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan uang sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Harga dikatakan mahal, murah, atau biasa-biasa saja bagi setiap individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga produknya secara tepat. Harga sangat penting karena menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Hasil penelitian pada strategi harga menyatakan bahwa harga dalam proses kredit yang ditawarkan oleh Bank BRI Unit Langnga relatif terjangkau sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perbankan. Penentuan harga memiliki dampak pada penyesuaian strategi pemasaran yang diambil. Ada tiga indikator yang mencirikan harga yaitu:⁸¹

⁸¹William J. Stanton, Prinsip Pemasaran. Diterj: Yohanmes Lamarto (Jakarta: Erlangga, 1996). hal.84.

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Strategi Lokasi

Tempat atau lokasi berkaitan dengan bagaimana suatu produk sampai ke tangan konsumen. Lokasi merupakan tempat untuk melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk pelanggan atau nasabah. Dalam islam penentuan lokasi juga harus diperhatikan oleh perusahaan agar tidak merugikan lingkungan sekitar dan merusaknya. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta mencoba tidak merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran islam yang melarang melakukan kerusakan lingkungan, sebagaimana firman Allah Swt. Q.S. Al-A'raaf/7: 56.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah Swt. sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.”⁸²

Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah Swt. melarang umatnya untuk

⁸²Kementerian Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya, QS. Al-A'raaf/7: 56, (Jakarta Timur, Maktabah Al-Fatih, 2015).

mengahancurkan atau merusak yang ada di muka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Oleh sebab itu, penentuan lokasi diharapkan dapat memberikan hal yang positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar usaha. Menurut Tjiptono, yang mempengaruhi pemilihan lokasi, antara lain:⁸³

- a) Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c) Strategis, dekat dengan keramaian dan pertokoan, banyaknya orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang.

Hasil dari penelitian pada strategi lokasi menyatakan bahwa lokasi Bank BRI Unit Langnga sudah cukup strategis karena dapat diakses melalui kendaraan umum maupun kendaraan pribadi yang dapat dijangkau oleh penduduk terkhusus untuk masyarakat wilayah Mattiro Sompe dan kantor Bank BRI Unit Langnga ini juga dekat dengan pasar Langnga. Hal ini sangat menguntungkan karena jika pihak bank terjun dan mempromosikan langsung ke pasar Langnga dimungkinkan akan banyak para pedagang yang tertarik mengambil kredit. Semakin banyak pedagang yang mengetahui keuntungan produk kredit maka dapat meningkatkan jumlah nasabah.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjualan dan pembelian yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku konsumen, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal,

⁸³Nurul Fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

sehingga menjadi pelanggan dan tetap mengingat produk yang ditawarkan tersebut. Strategi promosi yang dilakukan Bank BRI Unit Langnga adalah dengan mendatangi langsung masyarakat, menginformasikan tentang produk kredit dan berusaha menarik calon nasabah baru. Strategi promosi yang dilakukan dengan pemberian brosur kepada masyarakat sekitar, serta penjualan pribadi oleh pegawai bank dengan menawarkan langsung produk kredit kepada keluarganya.

Lebih detailnya hasil penelitian terkait promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Unit Langnga, sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi dan memperkenalkan produk kepada nasabah yang ingin mengajukan kredit, karena untuk mengajukan kredit ada beberapa persyaratan yang harus diikuti dan setelah itu kemudian dicek oleh pimpinan untuk disetujui.
- 2) Dengan membagikan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa adanya kredit yang bisa membantu masyarakat dalam usahanya.
- 3) Website, dengan website informasi tentang produk kredit Bank Rakyat Indonesia kantor cabang pembantu unit Langnga dapat diketahui masyarakat luas dan websitenya dapat diakses di google melalui <https://bri.co.id>. atau langsung masuk ke situs kur.bri.co.id.
- 4) Penjualan pribadi, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat Bank lainnya. Penjualan pribadi bisa dilakukan kepada keluarga dan teman-teman.

5) Penjualan perorangan merupakan peranan perilaku yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah. Nasabah dapat dengan cepat mengambil keputusan untuk membeli atau tidak ketika berhadapan dengan pegawai yang memiliki kecakapan dalam menawarkan produk. Karena hal ini sangat diperlukan mengingat terjadinya persaingan yang ketat dalam dunia perbankan. BRI dipimpin oleh manajemen dan didukung oleh sumber daya manusia yang handal.

Hasil penelitian ini sesuai pendapat Simamora bahwa promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan tentang produk yang dihasilkan perusahaan, individu maupun rumah tangga.⁸⁴ Strategi pemasaran yang terarah dapat menentukan target pasar sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Oleh karena itu, analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dari lingkungannya menjadi dasar dalam penentuan strategi pemasaran. Disamping itu, strategi pemasaran harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini.

Hasil penelitian tersebut dijadikan sebagai dasar dalam menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan untuk masa yang akan datang.

5. Strategi Sumber Daya Manusia

Orang dalam hal ini adalah tenaga kerja atau yang dimiliki suatu perusahaan yang sering disebut karyawan, karyawan memiliki peran penting

⁸⁴Henry Simamora, Manajemen Sumber Daya Manusia (Yogyakarta: STIE, 1997). hal.285.

dalam perusahaan jasa karen terlibat langsung menyampaikan produk ke pelanggan atau nasabah. Dimana dari hasil penelitian terkait strategi *people* atau sumber daya manusia dalam memperkenalkan produk kredit di bank BRI ini sangat strategis karena setiap karyawan atau stafnya mulai dari *customer service* hingga *cleaning service*-nya ikut berperan dalam memasarkan produk kredit secara langsung dan secara pribadi kepada nasabah.

6. Strategi Proses

Hasil penelitian pada strategi proses menunjukkan bahwa proses pengambilan kredit di bank BRI Unit Langnga mudah dan juga aman, apabila nasabah telah memenuhi prosedur dan persyaratan yang ada serta telah disetujui oleh pihak bank maka permohonan kredit yang diajukan oleh nasabah akan segera dicairkan. Namun, pinjaman pada bank BRI tersebut tidak langsung cair akan tetapi butuh beberapa hari kerja menunggu untuk proses pencairan pinjaman kredit tersebut.

7. Strategi Bukti Fisik

Menciptakan layanan berkualitas perlu memperhatikan elemen layanan fisik seperti prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan, gedung yang megah dengan fasilitas pendingin, alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk atau jasa. Ada tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis sebagai berikut:

- a. *Anattention-creating medium*. Perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjangkau pelanggan dari target pasarnya.
- b. *Asamassage-creating medium*. Menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas produk atau jasanya.
- c. *An effect-creating medium*. Baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *physical evidence* yang disediakan oleh bank BRI Unit Langga cukup baik yang terdiri dari ruangan bersih dan nyaman yang difasilitasi dengan ruangan *full AC*, kursi antrian nasabah yang juga cukup memadai dan parkir kendaraan yang juga aman.

2. Faktor-faktor Yang Menjadi Pertimbangan Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Bank BRI Untuk Memperoleh Kredit

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dapat digolongkan menjadi dua yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dan faktor pelayanan sedangkan faktor internal terdiri dari faktor pribadi dan psikologis.

1. Faktor Sosial

Hasil penelitian menyatakan bahwa kelompok referensi yakni kelompok primer seperti keluarga sangat memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Hasil wawancara

dengan tujuh nasabah responden menyatakan bahwa sebagian dari mereka memutuskan memilih produk kredit di Bank BRI Unit Langnga karena dorongan dari keluarga yang juga menggunakan produk tersebut, sehingga membuat nasabah responden tidak ragu lagi untuk memilih dan memakai produk kredit dan yakin bahwa dengan mengambil produk kredit dapat membantu perekonomian dalam hal ini masalah keuangannya. Dan juga sebagian nasabah responden lainnya memutuskan memilih kredit di Bank BRI Unit Langnga ini karena pengaruh dari teman dan orang sekitar yang menggunakan produk tersebut.

2. Faktor Pelayanan

Menurut Boediono, yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan (*costumer service*) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha dalam persaingan melalui pemberian atau perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah. Pelayanan yang baik dan prima disertai dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan menarik nasabah untuk terus datang guna melaksanakan transaksi serta akan menjadi salah satu faktor yang akan mendorong calon nasabah lainnya.⁸⁵ Dari hasil penelitian yang dilakukan, pelayanan yang diberikan pegawai Bank BRI Unit Langnga kepada nasabahnya sudah cukup baik hal ini dikuatkan dalam wawancara terhadap beberapa nasabah kredit BRI Unit Langnga yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan membuat mereka nyaman sehingga nasabah

⁸⁵Widya Amnerta, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa Parkraman Tajun, Buleleng', Manajemen Fak. Ekonomi, 5.1 (2018).

tersebut senang melakukan transaksi secara terus menerus di Bank BRI tersebut.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang berpengaruh sangat besar karena faktor ini datang dari diri sendiri sesuai dengan keadaan individu masing-masing yang meliputi keadaan ekonomi, pekerjaan, pendapatan kebutuhan dan keinginan. Dari hasil penelitian, faktor pribadi ini banyak dipengaruhi oleh keadaan sekitar maupun dari dalam diri secara individu, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi terhadap keputusan dalam memilih sesuai dengan yang diharapkan. Kemudian faktor pribadi yang terkait masalah kondisi perekonomian dapat mempengaruhi nasabah dalam memutuskan untuk memilih pada suatu instansi yang menurutnya mudah.

Dilihat dari segi pekerjaan, seseorang ketika bekerja secara otomatis akan mempengaruhi pola dari konsumsinya. Sehingga para pemasar akan mencoba mengenali kelompok pekerjaan yang memiliki minat produk ataupun jasa lebih dari rata-rata.⁸⁶ Pekerjaan merupakan usaha setiap orang untuk bekerja agar mampu mendapatkan dana atau upah agar dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam segi pekerjaan, baik itu berbisnis atau usaha yang dijalankan seringkali mengalami namanya minim modal (modal tidak cukup) maka solusi yang tepat untuk melengkapi modal atau penambahan dana maka seseorang berinisiatif melakukan peminjaman dengan mengambil kredit di bank karena prosesnya mudah dan sudah diketahui oleh banyak orang.

⁸⁶Dewi Silviana, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo* (Skripsi UIN Sunan Ampel, 2018).

4. Faktor Psikologis

Menurut Kotler, faktor psikologis dapat dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi diartikan suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup mendesak dan menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan yang diterimanya.⁸⁷ Kondisi psikologis seseorang akan dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan mengambil sebuah kredit.

Hasil dari penelitian yang peneliti lakukan terhadap beberapa nasabah kredit di Bank BRI Unit Langnga yang sedang membutuhkan uang atau barang maka ia segera mungkin berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dan salah satu jalan yang diambil adalah dengan memutuskan melakukan pengambilan kredit pada lembaga keuangan tertentu dalam hal ini pada Bank BRI Unit Langnga.

Kesimpulan dari hasil wawancara oleh beberapa nasabah terkait faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan mengambil kredit di Bank BRI, yaitu ada empat faktor yang terbagi menjadi dua yakni faktor eksternal dan faktor internal. Untuk faktor eksternal terdiri dari: pertama, faktor sosial yang dipengaruhi oleh keluarga, lingkungan dan peran atau status sosial, yang mana pengaruh tersebut menjadi referensi nasabah dalam

⁸⁷Kotler, Amstrong, *Principles of Marketing*. Sixteenth Edition Global Edition. (England. Pearson Education Limited. 2016).

mengetahui informasi dan menjadi tertarik dan memutuskan melakukan pinjaman atau mengambil kredit di Bank BRI. Kedua, faktor pelayanan yang dipengaruhi oleh pengaruh lokasi, tingkat suku bunga, promosi, serta keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh pegawai atau staf Bank BRI. Sedangkan untuk faktor internal terdiri dari: ketiga, faktor pribadi yang dipengaruhi oleh kondisi perekonomian dan pekerjaan atau usaha. Dimana perekonomian masyarakat yang terkadang mendesak memerlukan dana dan mengambil keputusan untuk mengajukan pinjaman kredit agar kebutuhan tersebut terpenuhi, kemudian dari pengaruh pekerjaan yang dimana masyarakat terkadang membutuhkan dana untuk pekerjaan atau usahanya dan bercita-cita untuk mensejahterakan kehidupan ekonominya dengan memperoleh manfaat dari usahanya.

Terakhir faktor yang keempat, faktor psikologis merupakan faktor yang terakhir yang dipengaruhi oleh persepsi, kepercayaan, dan motivasi. Yang mana dari pandangan atau persepsi nasabah mengatakan bahwa lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau, suku bunga yang rendah, dan juga tingkat kepercayaan kepada Bank BRI telah membuat nasabah yakin terhadap bentuk pelayanan yang diberikan selama ini. Dimana kepercayaan inilah yang membuat nasabah untuk tetap loyal dan bertransaksi secara terus menerus di Bank BRI. Serta pengaruh dari motivasi yaitu karena adanya hadiah yang di dapatkan dari menjadi nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI).

3. Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Terhadap Produk Kredit

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas-aktivitas seperti

melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian suatu produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan. Ketika memutuskan akan memilih atau membeli suatu produk, konsumen selalu memperhatikan terlebih dahulu barang atau produk apa yang akan mereka pilih atau dibeli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan dan mempertanyakan barang atau produk sebelum membeli termasuk ke dalam perilaku konsumen.

Pada dasarnya, perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen atau nasabah yang bersifat rasional dan irrasional. Yang dimaksud dengan perilaku nasabah yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen atau nasabah dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek nasabah secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama/primer serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen. Sedangkan perilaku konsumen atau nasabah yang bersifat irrasional adalah perilaku yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.⁸⁸

Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen atau nasabah yang bersifat rasional sebagai berikut:

1. Nasabah memilih produk berdasarkan kebutuhan.
2. Produk yang dipilih nasabah memberikan kegunaan optimal bagi nasabah.

⁸⁸M Munawwaroh, 'ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN (Studi Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang)' (UIN Raden Intan Lampung, 2018).

3. Nasabah memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan nasabah.

Berikut ciri-ciri perilaku konsumen atau nasabah yang bersifat irrasional yakni:

1. Konsumen atau nasabah sangat cepat tertarik dengan iklan atau promosi di media cetak maupun elektronik.
2. Konsumen atau nasabah memilih barang atau produk yang berkualitas dan sudah dikenal luas oleh masyarakat.
3. Konsumen atau nasabah memilih barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan melainkan gengsi atau prestise.

Berikut lima tahapan penting dalam pengambilan keputusan, yakni:

1. Mengenali Masalah

Diketahui dari hasil penelitian pada nasabah Bank BRI Unit Langnga memiliki relatif kesamaan dalam mengenali masalah kebutuhan mereka sehingga mengambil keputusan untuk menggunakan produk kredit BRI karena alasan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2. Mencari Informasi

Setelah memahami masalah kebutuhan yang ada, seorang konsumen akan termotivasi untuk mencari agar dapat menyelesaikan permasalahan yang ada melalui pencarian informasi lebih banyak. Sumber informasi tersebut seperti keluarga, teman, tetangga, dan kenalan atau melalui sumber umum (media massa), serta belajar dari pengalaman dari menggunakan suatu produk.

Pencarian sumber informasi bertujuan agar informasi yang didapatkan nasabah lebih jelas tentang produk, syarat dan biaya kredit yang ditawarkan oleh pihak bank, termasuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai produk kredit dengan suku bunganya di Bank BRI Unit Langnga.

3. Mengevaluasi Pilihan

Proses ini, konsumen atau nasabah akan melakukan evaluasi terhadap pilihan produk atau barang yang mereka pilih. diketahui evaluasi atas pilihan beberapa nasabah pada Bank BRI Unit Langnga berkeputusan memilih produk kredit KUR karena suku bunganya yang rendah dan juga proses serta persyaratan pencairannya yang mudah dan sudah dikenal oleh banyak orang.

4. Pengambilan Keputusan

Hasil penelitian terkait perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit pada Bank BRI Unit Langnga yakni telah sesuai dengan pendapat Kotler dan Amstrong bahwa untuk mengukur keputusan nasabah dalam mengambil kredit atau pinjaman yaitu terlebih dahulu melalui proses pengenalan kebutuhan, pencairan, informasi berbagai alternative, keputusan mengambil kredit, dan perilaku paska mengambil kredit.⁸⁹

5. Hasil

Terakhir yakni hasil yang diperoleh dari pengajuan atau permohonan kredit yang diajukan nasabah dan telah disetujui oleh pihak Bank BRI, dengan ini nasabah merasa terbantu dengan adanya pemberian pinjaman atau kredit dan nasabah akan merasakan kepuasan atas produk dan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

⁸⁹Widya Amerta, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa Parkraman Tajun, Buleleng* (Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi, Vol. 5 No. 1, 2018).

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka ditarik kesimpulan terhadap penelitian yang saya lakukan pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang sebagai berikut:

1. Strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam memperkenalkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di bank yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran dengan menerapkan strategi produk, yang mana produk kredit pada Bank BRI ini dapat membantu perekonomian masyarakat dengan menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman sebagai modal untuk usaha masyarakat dengan persyaratan dan proses pencairannya yang mudah dan juga aman. Kedua strategi harga, dengan suku bunga yang rendah. Ketiga startegi lokasi, Bank BRI Unit Langnga memiliki lokasi yang cukup strategis karena mudah dijangkau dan juga dekat dengan keramaian seperti pasar. Keempat strategi promosi, dilakukan secara pemasaran langsung dengan membagikan brosur produk pinjaman kredit, pengiklanan melalui media sosial dan penjualan langsung yang dilakukan kepada keluarga atau teman. Kelima strategi sumber daya manusia, dalam memperkenalkan produk kredit di bank BRI ini sangat strategis karena setiap karyawan atau stafnya mulai dari *customer service* hingga *cleaning service*-nya ikut berperan dalam memasarkan produk kredit secara langsung dan secara pribadi kepada nasabah. Keenam strategi proses, proses pengambilan kredit di bank BRI yakni mudah dan aman namun, terdapat kekurangan dalam proses pencairan kredit di

bank BRI Unit Langnga yakni lambatnnya proses pencairan kredit setelah nasabah mengajukan permohonan kredit. Dan yang terakhir strategi bukti fisik, *physical evidence* yang disediakan oleh bank BRI Unit Langnga cukup baik yang terdiri dari ruangan bersih dan nyaman yang difasilitasi dengan ruangan *full AC*, kursi antrian nasabah yang juga cukup memadai dan parkir kendaraan yang juga aman.

2. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pengambilan keputusan memilih Bank BRI Unit Langnga memperoleh kredit, yaitu terdiri dari faktor eksternal dan internal. Untuk faktor eksternal terdiri dari: pertama, faktor sosial yang dipengaruhi oleh keluarga, lingkungan dan peran atau status sosial, yang mana pengaruh tersebut menjadi referensi nasabah dalam mengetahui informasi dan memutuskan melakukan pinjaman atau mengambil kredit di Bank BRI. Kedua, faktor pelayanan yang dipengaruhi oleh pengaruh lokasi, tingkat suku bunga, promosi, serta keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh pegawai atau staf Bank BRI. Sedangkan untuk faktor internal terdiri dari: ketiga, faktor pribadi yang dipengaruhi oleh kondisi perekonomian dan pekerjaan atau usaha. Dan faktor yang keempat, faktor psikologis merupakan faktor yang terakhir yang dipengaruhi oleh persepsi, kepercayaan, dan motivasi yang membuat nasabah untuk tetap loyal dan bertransaksi secara terus menerus di Bank BRI.
3. Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit yaitu melalui lima tahapan, diantaranya: mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi pilihan, pengambilan keputusan dan kemudian hasil yang menjadi tahapan terakhir dalam proses penentuan pengambilan keputusan.

B. Saran

Berikut ini adalah sebagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang, hendaknya dalam pemberian kredit diberikan kepada seluruh masyarakat atau calon nasabah yang benar-benar membutuhkan modal untuk usahanya selama masih memenuhi persyaratan untuk kelancaran usaha sehingga dapat mensejahterakan perekonomian masyarakat.
2. Bagi nasabah kredit Bank BRI Unit Langnga, jika telah mendapat persetujuan dan diterima oleh bank hendaknya menjaga dan menjalankan amanah yang telah diberikan oleh bank untuk memenuhi segala aturan tentang pinjaman kredit termasuk dalam cicilan atau angsuran pembayaran agar terlaksana dengan baik dan tidak terjadi penunggakan.
3. Bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, agar melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam hal ini nasabah kredit supaya dapat diketahui secara detail bagaimana sesungguhnya perilaku nasabah dalam memutuskan pengambilan kredit yang ada pada Bank BRI Unit Langnga dan juga terkait strategi prosesnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Amnerta, Widya, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa Parkraman Tajun, Buleleng', *Manajemen Fak. Ekonomi*, 5.1 (2018)

Amstrong, Kotler, *Principles of Marketing*, Sixteent E (England: Pearson Education Limeted, 2016)

Anoraga, Pandji, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rineka, 2000)

Ardhansyah Putra Hrp, S.P.M.S., and S.P.M.S. Dwi Saraswati, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakad Media Publishing)
<<https://books.google.co.id/books?id=TeHODwAAQBAJ>>

Arwin, S.E.M.S., *Pengantar Ekonomi Mikro* (Cendekia Publisher, 2020)
<<https://books.google.co.id/books?id=TcYOEAAAQBAJ>>

BRI Beberkan Pertumbuhan Debitur Baru KUR 2023 yang Lampau Target
<<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7046485/bri-beberkan-pertumbuhan-debitur-baru-kur-2023-yang-lampau-target>>

Buchari, Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Bugin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Pradana Media Grup, 2010)

Damari, Aji, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010)

Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2002)

Dendawijaya, Lukman, *Manajemen Perbankan*, II (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005)

Drs. Ismail, M.B.A.A., *Perbankan Syariah* (Kencana, 2017)
<<https://books.google.co.id/books?id=X9xDDwAAQBAJ>>

Fitriani, Sinaga, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)' (Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019)

GITA ADE, KAMULA PUTRI, 'Pengaruh Sistem Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram Tahun 2019' (Universitas_Muhammadiyah_Mataram,

2020)

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010)
<<https://books.google.co.id/books?id=PHxHAQAACAAJ>>

Huda, Badrul, Sukidin Sukidin, and Sri Wahyuni, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember', *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13.1 (2019), 87–93

Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Irham Fahmi, S.E., M.Si., *Manajemen Pengkreditan* (Alfabeta, 2014)

Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Pradamedia Group, 2018)

Karya, Detri, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kredit Usaha Mikro Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk. Cabang Pangkalan Kerinci', *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32.1 (2021)

Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006)

'Kementerian Agama RI', in *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: Maktabah Al-Fatih, 2015)

Komaruddin, 'Pusat Bahasa Depertemen Pendidikan Nasional', in *Kamus Bahasa Indonesia*, 4th edn (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), p. 32

Kotler, Philip, 'Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian', in *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Indonesia, 2000), p. 57

———, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2003)

———, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1996)

———, *Marketing, Terjm. Herujiati Purwoto*

Machfoedz, M., *Pengantar Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Akademi Pemasaran, 2013)

Malayu, Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005)

Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Bumi Aksara, 1995)
<<https://books.google.co.id/books?id=UtbSAAAACAAJ>>

Munawwaroh, M, 'ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN

KEPUTUSAN TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN (Studi Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang)' (UIN Raden Intan Lampung, 2018)

Muslich, D.H.A.W., *Fiqh Muamalat* (Amzah, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=qCuAEAAAQBAJ>>

Oentero, Deliyanti, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Pressindo, 2012)

Penyusun, Tim, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020)

Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M P, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016) <<https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>>

Purwanto, Irwan, *Manajemen Strategi* (Bandung: Yrama Widya, 2008)

Sapira, Eka, 'Analisis Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Dan Deposito Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Polewali' (IAIN Parepare, 2019)

Silviana, Dewi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo* (Skripsi UIN Sunan Ampel, 2018)

Simamora, B, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Gramedia Pustaka Utama, 2002) <<https://books.google.co.id/books?id=pAfxNu7FFCYC>>

Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: STIE, 1997)

Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran. Diterj: Yohanmes Lamarto* (Jakarta: Erlangga, 1996)

Subagyono, Joko, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)

Suggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011)

Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Sutujo, Siswanto, *Strategi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Damar Mullia Pustaka, 2002)

Swatsha, Basu, 'Analisa Dan Perilaku Konsumen', in *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPF. UGM, 2010), p. 147

Tjiptono, Fandy, 'Prinsip, Penentuan Dan Penelitian', in *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), p. 40

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 10 Tahun 1998 Pasal 1 Ayat (1) Tentang Perbankan Dalam Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)

Wahyono, Budi, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012)

Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016)

Winardi, *Asasa-Asas Manajemen* (Bandung: CV Mandar Maju, 1990)





	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : AYU ANDIRA
 NIM : 2020203862201029
 PRODI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JUDUL : ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT
 NASABAH PADA PT BANK RAKYAT
 INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA
 KABUPATEN PINRANG

INSTRUMEN PENELITIAN:

PEDOMAN WAWANCARA

A. Karyawan Bank: Bagaimana strategi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang dalam memperkenalkan kredit ke nasabah sehingga memutuskan mengambil kredit di bank?

Strategi Produk :

1. Apa saja produk yang ada di BRI Unit Langnga?
2. Apa saja persyaratan untuk memperoleh kredit pada BRI Unit Langnga?

3. Bagaimana prosedur atau mekanisme sistem pencairan kredit pada BRI Unit Langnga?
4. Apakah produk kredit di BRI Unit Langnga memiliki produk unggulan yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lain?
5. Bagaimana usaha yang dilakukan BRI Unit Langnga untuk meningkatkan kualitas pemberian kredit ke nasabahnya sehingga nasabah menjadi tertarik?

Strategi Harga :

1. Berapakah persen suku bunga dan biaya administrasi dalam pemberian kredit?
2. Berapa jumlah minimal dan maksimal pinjaman yang dapat diberikan oleh BRI Unit Langnga kepada nasabah?
3. Berapa lama jangka waktu yang diberikan untuk melunasi pinjaman kredit pada BRI Unit Langnga?
4. Bagaimana cara mengatasi nasabah kredit yang telah sampai angsuran pembayarannya tetapi belum atau lambat membayar (kredit macet)?
5. Bagaimana pencapaian target kredit PT Bank Rakyat Indonesia (Persero)?

Strategi Lokasi :

1. Sejauh manakah masyarakat mengetahui lokasi BRI Unit Langnga dan apakah lokasi BRI Unit Langnga ini cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat?
2. Apakah keberadaan lokasi BRI Unit Langnga ini merupakan salah satu keunggulan yang membuat aman dan nyaman masyarakat sehingga tertarik untuk memperoleh kredit?

Strategi Promosi :

1. Bagaimana upaya yang dilakukan BRI Unit Langnga untuk memperkenalkan kredit kepada masyarakat?

2. Bagaimana prosedur penerimaan nasabah yang ingin mengajukan kredit?
3. Kapankah BRI Unit Langnga melakukan kegiatan promosi?
4. Platform atau media apa saja yang digunakan untuk kegiatan promosi oleh BRI Unit Langnga?
5. Bagaimanakah kerja sama BRI Unit Langnga yang terjalin dengan masyarakat setempat?

Strategi Sumber Daya Manusia:

1. Bagaimana strategi sumber daya manusianya dan berapakah keseluruhan jumlah karyawan atau staf di BRI Unit Langnga?

Strategi Proses:

1. Bagaimana strategi sehingga nasabah dapat melakukan proses pencairan kredit BRI Unit Langnga?

Strategi Bukti Fisik:

1. Bagaimanakah *physical evidence* yang disediakan oleh bank BRI Unit Langnga?

B. Nasabah: Faktor-faktor apakah yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memutuskan mengambil kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang?

Faktor Sosial :

1. Mengapa bapak/ibu memilih kredit di bank dan dari mana bapak/ibu mendapatkan informasi mengenai pinjaman kredit di BRI Unit Langnga?
2. Sejak kapan dan sudah berapa kali bapak/ibu mengambil pinjaman kredit di BRI Unit Langnga?

3. Adakah dukungan atau dorongan dari orang sekitar anda ketika ingin mengambil kredit di Bank BRI?

Faktor Pelayanan :

1. Hal apa yang mendasari bapak/ibu sehingga tertarik untuk mangambil kredit di Bank BRI?
2. Bagaimana menurut bapak/ibu terhadap pelayanan yang diberikan BRI Unit Langnga saat melayani nasabah?
3. Apakah bapak/ibu pernah mengalami hambatan atau kesulitan maupun keluhan saat proses pencairan kredit?

Faktor Pribadi :

1. Bagaimana pandangan atau penilaian bapak/ibu mengenai proses pencairan kredit di BRI Unit Langnga?
2. Berapakah usia dan apakah pekerjaan atau usaha bapak/ibu?
3. Dimana tempat tinggal bapak/ibu?

Faktor Psikologis :

1. Bagaimana pemahaman bapak/ibu tentang pinjaman kredit di bank?
2. Bagaimana pengalaman yang bapak/ibu dapatkan selama menjadi nasabah kredit di BRI Unit Langnga?

C. Nasabah: Bagaimana perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan terhadap produk kredit?

1. Apakah bapak/ibu senang bertransaksi di bank, sehingga bapak/ibu menjadi loyal di lembaga tersebut?
2. Apa harapan bapak/ibu kepada BRI Unit Langnga ke depannya terkait pemberian kredit ke nasabahnya?

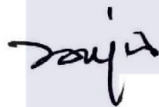
Setelah mencermati instrument dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai judul diatas, maka instrument tersebut dipandang telah memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 10 Januari 2024

Mengetahui:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping



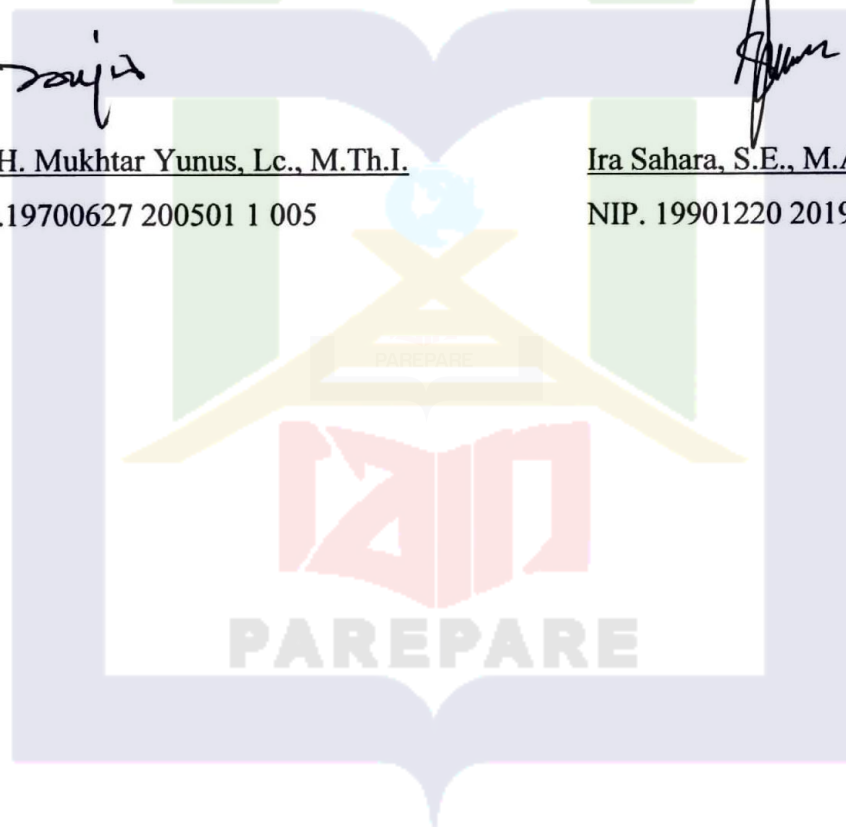
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.

NIP.19700627 200501 1 005



Ira Sahara, S.E., M.Ak.

NIP. 19901220 201903 2 016





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.3467/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2023 19 Juni 2023
 Lampiran : -
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: **1. Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Pembimbing Utama)**
2. Ira Sahara, S.E., M.Ak. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Ayu Andira
 NIM. : 2020203862201029
 Prodi. : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Tanggal **17 Mei 2023** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NAABAH MEMILIH PT. PEGADAIAN
 (PERSERO) LANGNGA SEBAGAI ALTERNATIF MEMPEROLEH KREDIT**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dekan,
 Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 IAIN Parepare, 197102082001122002

Tembusan:
 1. Ketua LPM IAIN Parepare
 2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : Ayu Andira
 N I M : 2020203862201029
 Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NAABAH MEMILIH PT. PEGADAIAN (PERSERO) LANGNGA SEBAGAI ALTERNATIF MEMPEROLEH KREDIT

Telah diganti dengan judul baru:


ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG
 dengan alasan / dasar:

.....
 Pemindehan tempat Lokasi Penelitian

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

	Parepare, 07 Mei 2024
Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
	
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I.	Ira Sahara, S.E., M.Ak.

Mengetahui;
 Dekan,


 Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP. 197102082001122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-24/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2024

04 Januari 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Pengantar observasi

Yth. Pimpinan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Langnga
Di-

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan akan melakukan observasi terkait judul penelitian skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dengan ini kami memohon kepada bapak/ibu berkenan kesediaanya menerima mahasiswa kami :

Nama : AYU ANDIRA
Tempat/Tgl. Lahir : LANGNGA, 21 Oktober 2002
NIM : 2020203862201029
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Untuk melakukan observasi dan pengambilan data terkait judul penelitian :

ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan perkenaan Bapak/Ibu dihaturkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

PAREPARE



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-506/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

24 Januari 2024

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: AYU ANDIRA
Tempat/Tgl. Lahir	: LANGNGA, 21 Oktober 2002
NIM	: 2020203862201029
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester	: VII (Tujuh)
Alamat	: LANGNGA, KECAMATAN MATTIRO SOMPE, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Masriadi
 Jabatan : Kepala Unit BRI Langnga
 Alamat : BTN Wesabbe blok D.5 Pangkajenne Sidenreng Rappang

Menerangkan bahwa di bawah ini:

Nama : Ayu Andira
 Nim : 2020203862201029
 Alamat : Langnga

Benar telah melakukan penelitian pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang terhitung pada tanggal 20 Februari 2024 sampai selesai. Untuk pengumpulan data sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan dengan judul penelitian

“ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Langnga, 22 Maret 2024

PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk
 Unit Langnga Kab. Pinrang



MASRIADI
 Ka. UNIT BRI Langnga



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
 Nomor : 503/0059/PENELITIAN/DPMTSP/02/2024

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Memimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 31-01-2024 atas nama AYU ANDIRA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

- Mengingat** :
1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

- Memperhatikan** :
1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0105/R/T.Teknis/DPMTSP/02/2024, Tanggal : 01-02-2024
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0051/BAP/PENELITIAN/DPMTSP/02/2024, Tanggal : 01-02-2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- KESATU** : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
 3. Nama Peneliti : AYU ANDIRA
 4. Judul Penelitian : ANALISIS KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : KARYAWAN DAN NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) UNIT LANGNGA KABUPATEN PINRANG
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Mattiro Sompe
- KEDUA** : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 01-08-2024.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 03 Februari 2024



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR

DPMTSP

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : MASRIADI
Hari/Tanggal Wawancara : SELASA, 20 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Jabatan : KEPALA UNIT BRI LANGNGA

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan



MASRIADI
Ka. UNIT

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : EPHYERFIANTI
Hari/Tanggal Wawancara : SELASA, 20 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Jabatan : MANTRI BRI UNIT LANGNGA

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan



EPHYERFIANTI

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : MUH. FAJRIN
Hari/Tanggal Wawancara : SELASA , 20 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Jabatan : MANTRI BRI UNIT LANGNGA

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan



MUH. FAJRIN

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : NIA
Hari/Tanggal Wawancara : SELASA, 20 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Usaha : JUAL BELI KAMBING

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan



NIA



PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : DARMAWATI
Hari/Tanggal Wawancara : SELASA, 20 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Usaha : JUAL BAKAN

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan


DARMAWATI

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : FITRIANI
Hari/Tanggal Wawancara : RABU, 21 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Usaha : JUAL BELI IKAN

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan



FITRIANI

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : SUMARNI
Hari/Tanggal Wawancara : RABU, 21 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / usaha : PEDAGANG CAMPURAN

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan


SUMARNI

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : SRI
Hari/Tanggal Wawancara : RABU, 21 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / Usaha : TUKANG KAYU

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan

SRI 

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : *ARAFAH*
Hari/Tanggal Wawancara : *RABU, 21 FEBRUARI 2024*
Agama : *ISLAM*
Pekerjaan / *usaha* : *JUAL IKAN*

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan

Arafah
ARAFAH

PAREPARE

SURAT BUKTI WAWANCARA

Nama : HARIANI
Hari/Tanggal Wawancara : RABU, 21 FEBRUARI 2024
Agama : ISLAM
Pekerjaan / USAHA : AIR MINUM IST ULANG

Menerangkan bahwa benar telah melakukan penelitian memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ayu Andira yang sedang melakukan penelitian berkaitan dengan “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 21 FEBRUARI 2024
Yang bersangkutan


HARIANI

PAREPARE

DOKUMENTASI





TABEL ANGSURAN KOMERSIL ≥ 250 JUTA

NO	PLAFOND	MODAL KERJA				INVESTASI			
		36	48	60	72	84	96	108	120
1	250,000,000	9,259,335	7,574,596	6,589,020	5,952,322	5,514,278	5,199,702	4,966,770	4,790,356
2	255,000,000	9,444,522	7,726,088	6,720,801	6,071,369	5,624,564	5,303,696	5,066,106	4,886,163
3	260,000,000	9,629,709	7,877,580	6,852,581	6,190,415	5,734,849	5,407,690	5,165,441	4,981,970
4	265,000,000	9,814,895	8,029,072	6,984,362	6,309,462	5,845,135	5,511,684	5,264,776	5,077,777
5	270,000,000	10,000,082	8,180,564	7,116,142	6,428,508	5,955,420	5,615,678	5,364,112	5,173,584
6	275,000,000	10,185,269	8,332,056	7,247,922	6,547,555	6,065,706	5,719,672	5,463,447	5,269,391
7	280,000,000	10,370,456	8,483,548	7,379,703	6,666,601	6,175,992	5,823,666	5,562,783	5,365,198
8	285,000,000	10,555,642	8,635,040	7,511,483	6,785,647	6,286,277	5,927,660	5,662,118	5,461,006
9	290,000,000	10,740,829	8,786,532	7,643,264	6,904,694	6,396,563	6,031,654	5,761,453	5,556,813
10	295,000,000	10,926,016	8,938,024	7,775,044	7,023,740	6,506,848	6,135,648	5,860,789	5,652,620
11	300,000,000	11,111,202	9,089,516	7,906,825	7,142,787	6,617,134	6,239,642	5,960,124	5,748,427
12	305,000,000	11,296,389	9,241,008	8,038,605	7,261,833	6,727,419	6,343,636	6,059,460	5,844,234
13	310,000,000	11,481,576	9,392,500	8,170,385	7,380,880	6,837,705	6,447,630	6,158,795	5,940,041
14	315,000,000	11,666,763	9,543,992	8,302,166	7,499,926	6,947,991	6,551,624	6,258,130	6,035,848
15	320,000,000	11,851,949	9,695,483	8,433,946	7,618,973	7,058,276	6,655,618	6,357,466	6,131,655
16	325,000,000	12,037,136	9,846,975	8,565,727	7,738,019	7,168,562	6,759,612	6,456,801	6,227,463
17	330,000,000	12,222,323	9,998,467	8,697,507	7,857,066	7,278,847	6,863,606	6,556,137	6,323,270
18	335,000,000	12,407,509	10,149,959	8,829,287	7,976,112	7,389,133	6,967,600	6,655,472	6,419,077
19	340,000,000	12,592,696	10,301,451	8,961,068	8,095,158	7,499,418	7,071,594	6,754,807	6,514,884
20	345,000,000	12,777,883	10,452,943	9,092,848	8,214,205	7,609,704	7,175,588	6,854,143	6,610,691
21	350,000,000	12,963,069	10,604,435	9,224,629	8,333,251	7,719,990	7,279,582	6,953,478	6,706,498
22	355,000,000	13,148,256	10,755,927	9,356,409	8,452,298	7,830,275	7,383,576	7,052,814	6,802,305
23	360,000,000	13,333,443	10,907,419	9,488,189	8,571,344	7,940,561	7,487,570	7,152,149	6,898,112
24	365,000,000	13,518,630	11,058,911	9,619,970	8,690,391	8,050,846	7,591,564	7,251,484	6,993,919
25	370,000,000	13,703,816	11,210,403	9,751,750	8,809,437	8,161,132	7,695,558	7,350,820	7,089,727
26	375,000,000	13,889,003	11,361,895	9,883,531	8,928,484	8,271,417	7,799,553	7,450,155	7,185,534
27	380,000,000	14,074,190	11,513,387	10,015,311	9,047,530	8,381,703	7,903,547	7,549,491	7,281,341
28	385,000,000	14,259,376	11,664,879	10,147,091	9,166,576	8,491,988	8,007,541	7,648,826	7,377,148
29	390,000,000	14,444,563	11,816,370	10,278,872	9,285,623	8,602,274	8,111,535	7,748,162	7,472,955
30	395,000,000	14,629,750	11,967,862	10,410,652	9,404,669	8,712,560	8,215,529	7,847,497	7,568,762
31	400,000,000	14,814,937	12,119,354	10,542,433	9,523,716	8,822,845	8,319,523	7,946,832	7,664,569
32	405,000,000	15,000,123	12,270,846	10,674,213	9,642,762	8,933,131	8,423,517	8,046,168	7,760,376
33	410,000,000	15,185,310	12,422,338	10,805,994	9,761,809	9,043,416	8,527,511	8,145,503	7,856,184
34	415,000,000	15,370,497	12,573,830	10,937,774	9,880,855	9,153,702	8,631,505	8,244,839	7,951,991
35	420,000,000	15,555,683	12,725,322	11,069,554	9,999,902	9,263,987	8,735,499	8,344,174	8,047,798
36	425,000,000	15,740,870	12,876,814	11,201,335	10,118,948	9,374,273	8,839,493	8,443,509	8,143,605
37	430,000,000	15,926,057	13,028,306	11,333,115	10,237,994	9,484,559	8,943,487	8,542,845	8,239,412
38	435,000,000	16,111,243	13,179,798	11,464,896	10,357,041	9,594,844	9,047,481	8,642,180	8,335,219
39	440,000,000	16,296,430	13,331,290	11,596,676	10,476,087	9,705,130	9,151,475	8,741,516	8,431,026
40	445,000,000	16,481,617	13,482,782	11,728,456	10,595,134	9,815,415	9,255,469	8,840,851	8,526,833
41	450,000,000	16,666,804	13,634,274	11,860,237	10,714,180	9,925,701	9,359,463	8,940,186	8,622,640
42	455,000,000	16,851,990	13,785,766	11,992,017	10,833,227	10,035,986	9,463,457	9,039,522	8,718,448
43	460,000,000	17,037,177	13,937,257	12,123,798	10,952,273	10,146,272	9,567,451	9,138,857	8,814,255
44	465,000,000	17,222,364	14,088,749	12,255,578	11,071,320	10,256,558	9,671,445	9,238,193	8,910,062
45	470,000,000	17,407,550	14,240,241	12,387,358	11,190,366	10,366,843	9,775,439	9,337,528	9,005,869
46	475,000,000	17,592,737	14,391,733	12,519,139	11,309,412	10,477,129	9,879,433	9,436,863	9,101,676
47	480,000,000	17,777,924	14,543,225	12,650,919	11,428,459	10,587,414	9,983,427	9,536,199	9,197,483
48	485,000,000	17,963,111	14,694,717	12,782,700	11,547,505	10,697,700	10,087,421	9,635,534	9,293,290
49	490,000,000	18,148,297	14,846,209	12,914,480	11,666,552	10,807,985	10,191,415	9,734,870	9,389,097
50	495,000,000	18,333,484	14,997,701	13,046,260	11,785,598	10,918,271	10,295,409	9,834,205	9,484,904
51	500,000,000	18,518,671	15,149,193	13,178,041	11,904,645	11,028,556	10,399,403	9,933,540	9,580,712

TABEL ANGSURAN KUR -

PLAFON	JANGKA WAKTU					
	12 BULAN	18 BULAN	24 BULAN	36 BULAN	48 BULAN	60 BULAN
Rp 1.000,000	86.527	58,685	44,773	30,877	23,946	19,801
Rp 5.000,000	432.634	293,425	223.863	154,385	119,731	99,006
Rp 10.000,000	865,267	586,850	447,726	308,771	239,462	198,012
Rp 15.000,000	1,297,901	880,275	671,589	463,156	359,194	297,018
Rp 20.000,000	1.730.535	1.173.700	895,452	617,542	478,925	396,024
Rp 25.000,000	2.163.169	1,467,125	1,119,314	771,927	598,656	495,030
Rp 30.000,000	2,595,802	1,760,550	1,343,177	926,313	718,387	594,036
Rp 35.000,000	3,028,436	2,053,975	1,567,040	1,080,698	838,119	693,042
Rp 40.000,000	3,461,070	2,347,399	1,790,903	1.235,084	957,850	792,048
Rp 45.000,000	3,893,704	2,640,824	2,014,766	1,389,469	1,077,581	891,054
Rp 50.000,000	4,326,337	2,934,249	2,238,629	1,543,855	1,197,312	990,060
Rp 55.000,000	4,758,971	3,227,674	2,462,492	1.698,240	1,317,043	1,089,066
Rp 60.000,000	5,191,605	3,521,099	2,686,355	1,852,626	1,436,775	1,188,072
Rp 65.000,000	5,624,238	3,814,524	2,910,218	2,007,011	1,556,506	1,287,078
Rp 70.000,000	6,056,872	4,107,949	3,134,081	2,161,397	1,676,237	1,386,084
Rp 75.000,000	6,489,506	4,401,374	3,357,943	2,315,782	1,795,968	1,485,090
Rp 80.000,000	6,922,140	4,694,799	3,581,806	2,470,168	1,915,700	1,584,096
Rp 85.000,000	7,354,773	4,988,224	3,805,669	2,624,553	2,035,431	1,683,102
Rp 90.000,000	7,787,407	5,281,649	4,029,532	2,778,939	2,155,162	1,782,108
Rp 95.000,000	8,220,041	5,575,074	4,253,395	2,933,324	2,274,893	1,881,114
Rp 100.000,000	8,652,675	5,868,499	4,477,258	3,087,710	2,394,624	1,980,120


 PAREPARE

BIODATA PENULIS



Ayu Andira, lahir di Langnga, Kecamatan Mattiro Sompe, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 31 Oktober 2002. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Mursalim dan Darmawati.

Riwayat hidup penulis, yaitu memulai pendidikan di bangku TK Satu Atap SDN 52 Langnga (2006-2008), dan kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 52 Langnga (2008-2014), selanjutnya di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Mattiro Sompe (2014-2017), dan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Pinrang (2017-2020) dengan mengambil Jurusan Akuntansi, kemudian melanjutkan jenjang pendidikan ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2020 dengan mengambil Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Malua, Kecamatan Malua, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan kemudian melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Badan Keuangan Daerah (BKD) Kota Parepare, dan di tahun 2024 penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Pengambilan Kredit Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Langnga Kabupaten Pinrang”.