

KUALITAS PELAYANAN NASABAH PADA BANK RAKYAT INDONESIA UNIT VETERAN CABANG PALU

Muhammad Reza Abbas

echa_abbas070707@yahoo.co.id

Mahasiswa Program Studi Magister Administrasi Publik Pascasarjana Universitas Tadulako

Abstract

The aim of this research is to analyze the quality of customer service in providing loans to its costumers. The number of informants in this study was ten people consisting of six employees and four costumers. Technique used in determining the informants was purposive sampling method that the informants were selected deliberately. Data collecting techniques in this study were observations, interviews, and documentations. The result shows that the quality of customer service in providing loans at Veteran Unit of Palu Branch Office of BRI had not been carried out optimally because it had not satisfied its costumers in delivering credit service. This was proven with five indicators which became the parameter in this research where there were two aspects it had not fulfilled well; they were reliability that the employees need more training from Bank Rakyat Indonesia to support the service delivery and there were some of its employees that could not provide good sense of security in collecting debt of the costumers in arrears, another obstacle was assurance that some costumers did not punctually fulfill their responsibility of the credit requirements. The other three indicators like responsiveness, empathy, and tangible already supported the service quality optimally at the Bank Rakyat Indonesia at Veteran Unit of Palu Branch Office.

Keywords: *Service Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangible.*

Upaya memperbaiki perekonomian nasional yang terpuruk akibat krisis, memang memerlukan perjuangan berat dan sungguh-sungguh. Banyak permasalahan dan tantangan ekonomi yang harus segera diatasi, diantaranya adalah ketidakstabilan moneter dan nilai tukar rupiah, kondisi perbankan yang melemah dan permasalahan struktural di sektor riil. Untuk itu pemerintah telah melakukan kebijakan strategis guna mempercepat proses perbaikan dan pemulihan ekonomi.

Kebijakan dibidang perbankan difokuskan pada upaya untuk menstabilkan dan menetapkan ketahanan sistem perbankan nasional dengan memberdayakan kembali bank yang dinilai sama sekali tidak mempunyai prospek untuk berkembang. Hal ini dimaksudkan agar sektor perbankan dapat segera pulih untuk menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi keuangan dan komponen utama sistem pembayaran

nasional, yang sangat berperan dalam memacu proses perbaikan dan pemulihan perekonomian nasional.

Sesuai dengan fungsinya, perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian disalurkan kembali lewat pinjaman kredit, yang secara nyata akan mendorong dunia usaha akan berkembang lebih pesat. Pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha akibat adanya penambahan investasi akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Untuk menghimpun potensi dana dari masyarakat yang begitu besar, maka pihak perbankan haruslah dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen maka pihak perbankan berusaha mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah kredit. Seseorang dapat dipengaruhi untuk membeli suatu produk bank apabila konsumen merasa yakin dengan produk yang ditawarkan dan dapat memuaskan kebutuhan

yang mereka inginkan. Maka dari itu, pihak perbankan haruslah mempunyai strategi yang jitu dalam rangka mendapatkan calon nasabah. Salah satu strategi yang nampak adalah dengan menawarkan berbagai alternatif jenis produk kredit mikro misalnya KUPEDes dan Kredit usaha rakyat beserta sejumlah rangsangan seperti tingkat bunga, kemudahan dalam bertransaksi serta pelayanan lainnya. Dari berbagai tawaran tersebut akan melahirkan persepsi yang berbeda dikalangan calon nasabah untuk menentukan alternatif terbaik dan teraman menurut ukuran nasabah yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Bank Rakyat Indonesia adalah merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang terbesar dan tersebar di Indonesia. Pada awalnya BRI didirikan di Purwokerto Jawa Tengah dengan nama *Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*, atau Bank Bantuan dan Simpanan milik Kaum Priyayi Purwokerto. Pada prinsipnya persepsi nasabah untuk mengambil fasilitas kredit pada suatu bank adalah citra bank tersebut di mata nasabah. Citra memiliki peranan sangat penting dalam pemasaran. Citra relatif sulit untuk dibentuk dalam waktu singkat dan melibatkan beberapa unsur di dalamnya. Secara umum konsumen akan mencari dan menggunakan produk atau jasa yang bercitra baik, terlebih untuk produk yang memiliki tingkat resiko tinggi.

Bank merupakan contoh dari usaha yang banyak dipengaruhi oleh baik buruknya citra yang terbentuk, bank yang bercitra buruk relatif sulit untuk menjaring nasabah, sedangkan bank yang memiliki citra yang baik tentunya akan lebih mudah mendapatkan dan mempertahankan para nasabahnya. Ada empat dimensi yang melandasi citra suatu bank yaitu kedinamisan, kredibilitas, pelayan, dan identitas Bank (Heerden dan Puth dalam Istijanto, 2005:239). Selain teori yang melandasi citra suatu bank tersebut menunjukkan pula bahwa keputusan nasabah untuk menggunakan fasilitas kredit pada produk kredit KUPEDes dan KUR BRI

dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, promosi, lokasi bank, suku bunga, fasilitas dan biaya-biaya. Untuk mengukur suatu citra bank agar lebih berkualitas tentunya perlu adanya suatu pisau analisis agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang ada, dalam penelitian ini menggunakan teori Parasuraman yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dengan melihat kelima indikator tersebut seyogyanya dapat mengetahui kualitas pelayanan pada Bank Rakyat Indonesia Unit Veteran Cabang Palu sebagai lokus kajian.

Berbicara mengenai pelayanan merupakan tugas utama yang hakiki bagi setiap karyawan sebagai pelayan masyarakat. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, maka perbaikan kinerja karyawan sangat penting, sebab tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan baik pada lembaga Pemerintah maupun swasta semakin tinggi mengingat kesadaran masyarakat akan hak dan kewajibannya sebagai warga negara semakin berkembang, masyarakat menuntut pelayanan yang cepat, tepat, transparan, efisien dan efektif. Kata kunci untuk memenuhi harapan tersebut adalah pelanggan / masyarakat yang harus dilayani dan dipuaskan kebutuhannya, bukan sebaliknya karyawan yang harus dilayani masyarakat.

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Dalam hal layanan diberikan karena tujuan komersial, satu pihak akan menyediakan layanan bagi pihak lain, bila pihak lain tersebut bersedia untuk membayar. Dalam pemberian layanan ada tiga hal penting yang patut kita simak dalam proses layanan, yaitu mengenai pihak penyedia layanan, pihak yang menerima layanan, dan jenis atau bentuk layanan.

1) Penyedia Layanan (*service provider*) adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyedia dan

penyerahan barang (*goods*) atau jasa-jasa (*service*).

- 2) Penerima Layanan (*service receiver*) adalah mereka yang disebut sebagai konsumen (*consumer*) atau pelanggan (*customer*) yang menerima layanan dari pada penyedia layanan.
- 3) Jenis Layanan adalah jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan antara lain pemberian dalam bentuk jasa atau barang.

Dalam menyelenggarakan layanan, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan yaitu kepuasan Konsumen (*consumer satisfaction*) atau kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Sebagai pihak yang melayani tidak akan mengetahui apakah pelanggan yang kita layani puas atau tidak, karena yang dapat merasakan kepuasan yang diperoleh para pelanggan itu biasanya sangat berkaitan erat dengan standar kualitas pelayanan kecepatan, ketepatan, dan keramahan. Dalam kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersial maupun non komersial harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian, mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga. Karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.

Satu - satunya jalan untuk mempertahankan agar perusahaan selalu didekati dan diingat pelanggan adalah dengan mengembangkan mutu layanan, antara lain dengan cara: Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, agar mudah untuk mengantisipasi. Berupaya menyediakan kebutuhan-kebutuhan pelanggan sesuai

dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkan dan memperlakukan pelanggan dengan pola layanan terbaik. Layanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis sering kali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan.

Kualitas sebuah layanan bukan ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas jasa pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Sekarang ini pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, mereka akan menilai pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan dan para pelanggan akan menilai tidak baik, demikian halnya kualitas jasa pelayanan yang harus diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia, secara umum harus mengacu kepada kepuasan nasabah. Apabila hal ini dilakukan dan dapat diperbaharui setiap saat sesuai kebutuhan nasabah, maka nasabah BRI Unit Veteran Cabang Palu semakin menunjukkan perkembangan yang positif setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan nasabah BRI Unit Veteran Cabang Palu selama dua tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari segi penyaluran kredit, namun kondisi ini kurang didukung oleh petugas yang melayani proses pelayanan kredit yang diterapkan di BRI Unit Veteran Cabang Palu.

Dengan mengutamakan kualitas pelayanan untuk memuaskan para nasabahnya, seyogyanya Bank sebagai lembaga ekonomi yang menghimpun dana dari masyarakat dengan sebanyak-banyaknya kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dengan memerhatikan kualitas layanan. Hal tersebut di atas merupakan konsep teoritis yang menjadi sebuah tolak ukur tentang beragamnya fenomena terhadap keputusan seseorang menggunakan jasa bank. Fenomena-fenomena tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk mengembangkannya dengan judul, Kualitas Pelayanan Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Unit Veteran Cabang Palu.

METODE

Jenis penelitian pada prinsipnya merupakan pengklasifikasian penelitian berdasarkan atas tujuan penjelasan atau tingkat penjelasan terhadap konsep penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti. Jenis penelitian berkaitan dengan analisis data, dari hal tersebut di atas, maka pada tahap ini peneliti mencantumkan jenis penelitian desain kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu memberikan gambaran secara jelas atas sejumlah fakta-fakta yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan atau memaparkan suatu keadaan atau suatu masalah, dimana data yang diambil dianalisis kebenarannya khususnya tentang bagaimana penerapan aspek kualitas pelayanan dalam pemberian kredit pada nasabah di BRI Unit Veteran Cabang Palu.

Dalam konteks ini, pengukuran mengenai kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima. Dalam metode pengukuran ini, penilaian konsumen berperan penting dalam mengukur kualitas pelayanan publik. Menurut

Parasuraman, Zaithaml dan Berry (1990) dalam Harbani Pasolong (2007:135), pengukuran kualitas pelayanan publik didasarkan pada indikator sebagai berikut ;

Reliability, yakni pengetahuan dan keramahan petugas pemberi layanan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna layanan. *Responsiveness*, pada dimensi *responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu pengguna layanan, hal ini merujuk kepada ketanggapan dari petugas pelayanan yang akan meningkatkan rasa kenyamanan pengguna layanan. *Assurance* yaitu kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan secara handal dan akurat. Hal ini merujuk konsistensi penyelenggara pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. *Empathy*, yakni kepedulian dan perhatian terhadap pengguna layanan secara individu yang diberikan oleh pihak penyelenggara pelayanan. *Tangibles*, adalah fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan petugas pelayanan. Hal ini berkaitan dengan hal-hal yang terlihat dalam pelayanan seperti fasilitas ruang tunggu, sarana dan prasarana, serta kemudahan informasi yang bisa didapatkan masyarakat dari fasilitas yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu prinsip dasar dalam mewujudkan pelayanan yang prima yang sudah tercitra pada Bank BRI sejak lama, pemberian kualitas pelayanan kepada nasabah harus dapat dijadikan pedoman dalam setiap kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh pihak pemberi layanan termasuk pelayanan dalam hal pemberian kredit / pinjaman. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini akan mengkaji bagaimana kualitas pelayanan dalam pemberian kredit kepada nasabah BRI Unit Veteran Cabang Palu dengan menggunakan beberapa fokus kajian dari indikator penelitian sehingga dapat diungkapkan fenomena yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan. Masing-

masing fokus kajian sebagaimana dijelaskan dalam alur pikir dan definisi konsep akan dicermati secara mendalam menggunakan metode penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, sehingga observasi dan wawancara yang dilakukan pada obyek penelitian akan menghasilkan tanggapan dari informan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, hal ini dapat dikemukakan melalui fokus kajian kualitas pelayanan yang meliputi:

1. **Kehandalan (reliability).**

Dimensi Kehandalan (*Reliability*) adalah pengetahuan dan keramahan petugas pemberi layanan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kenyamanan bagi pengguna layanan. Aspek ini salah satu yang paling diharapkan nasabah Bank BRI. Karyawan yang ramah akan menjadi salah satu faktor determinan bagi pengguna layanan untuk memberikan penilaian yang baik atas pelayanan yang disajikan. Dari pendapat di atas adapun menurut (Berry dan Parasuraman, 1990:42) dalam mendefinisikan kehandalan yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Pengetahuan, dan kesopansantunan para Karyawan BRI dapat menumbuhkan rasa keyakinan dan kepercayaan nasabah terhadap citra Bank BRI. Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller (2009:52) mendefinisikan keyakinan dalam kehandalan (*Reliability*) adalah pengetahuan terhadap pelayanan yang diberikan secara tepat, kesopansantunan pegawai dalam memberi pelayanan, ... melahirkan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap layanan kredit yang akan mereka terima. Oleh karena itu, keramahan menjadi sangat penting dimana banyaknya persaingan antara Bank Swasta dan Bank BUMN dalam hal pemberian pelayanan yang belakangan ini sebagai dampak dari tumbuhnya kepercayaan masyarakat atas citra dari suatu Bank. Sehingga Bank-Bank yang berskala nasional tidak tergeser oleh adanya Bank-Bank Swasta

dan berdampak positif terhadap devisa negara. masyarakat akan terus menuntut pelayanan yang berkualitas sehingga bagi organisasi perbankan terutama Bank BRI tentunya harus terus memberikan pelayanan yang optimal baik pra dan pasca pelayanan. Pentingnya pelayanan ini tidak lepas dari efek yang ditimbulkan dari kesan atau persepsi ketika masyarakat berhubungan langsung. Salah satu yang dapat ditangkap oleh masyarakat adalah keramahan dan kesantunan dalam memberikan pelayanan yang ditunjukkan oleh pemberi layanan. Mengingat dampaknya yang cukup hebat dalam penilaian masyarakat terhadap suatu perbankan, maka para karyawan harus memberikan perhatian pada aspek ini.

2. **Daya Tanggap (Responsiveness)**

Dimensi *Responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu pengguna layanan. Hal ini merujuk kepada ketanggapan dari petugas pelayanan yang akan meningkatkan rasa kenyamanan pengguna layanan. Menurut Parasuraman, Dkk. dalam (Lupiyoadi & Hamdani, 2006:182) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang responsif dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang sangat jelas dan membiarkan masyarakat menunggu terlalu lama merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Dengan demikian, daya tanggap yang cukup baik yang dimiliki pegawai di BRI Unit Veteran seyogyanya dapat membantu nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas, dimana tercapainya kualitas pelayanan terwujud berdasarkan penilaian penerima layanan, sehingga daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan BRI Unit Veteran selalu dipertahankan keoptimalannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan khususnya dalam pengurusan pinjaman / kredit yang memiliki intensitas pengurusan yang tinggi dengan demikian harapan nasabah tidak begitu jauh dengan apa yang dirasakan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi *assurance* adalah kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan secara handal dan akurat. Hal ini merujuk konsistensi penyelenggara pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

Menurut Parasuraman, dkk. dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) berpendapat jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan pemberi layanan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan masyarakat yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua masyarakat tanpa kesalahan, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas pemberi pelayanan.

Menurut Suryani, (2013: 91) Kualitas pelayanan dapat terwujud apabila pemberi layanan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Bank BRI Unit Veteran berdasarkan penelitian sudah memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan sebelumnya dalam pengurusan pelayanan kredit namun masih ada beberapa kendala sehingga waktu yang dijanjikan tidak dapat terpenuhi secara akurat. Padahal aspek ini cukup berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karena apabila aspek ini tidak terpenuhi maka akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap pemberi layanan.

4. Empati (*Empathy*)

Dimensi *Empathy* adalah kepedulian dan perhatian terhadap pengguna layanan secara individu yang diberikan oleh pihak penyelenggara pelayanan. Setiap kegiatan / aktifitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan, asumsi, atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan memiliki adanya rasa

empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus dan memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Sejalan dengan hal tersebut Parasuraman. Dkk. 1998 dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), berpendapat bahwa empati (*empathy*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan pemberi layanan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi kantor/pemberi layanan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan usaha pemberi pelayanan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya. Dimana suatu organisasi diharapkan memiliki pengertian tentang konsumennya, memahami kebutuhan konsumennya secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumennya.

Dari pendapat-pendapat di atas, maka penulis beranggapan bahwa sikap adil telah diupayakan oleh karyawan BRI Unit Veteran khususnya dalam melayani pengurusan pinjaman / kredit. Namun masih adanya kendala seperti kelengkapan berkas yang belum memenuhi persyaratan sehingga nasabah merasa bahwa hal tersebut bisa cepat terselesaikan asalkan mereka kenal baik dengan karyawan BRI Unit Veteran. Tidak membedakan antara berkas kredit nasabah satu dengan yang lainnya selama persyaratan mereka memenuhi syarat merupakan sikap tegas karyawan dalam pelayanan sehingga akan menimbulkan perilaku yang adil terhadap seluruh nasabah.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Dimensi *tangible* yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan petugas pelayanan. Hal ini berkaitan dengan hal-hal yang terlihat dalam pelayanan seperti fasilitas ruang tunggu, sarana dan prasarana, serta kemudahan informasi yang bisa didapatkan masyarakat dari fasilitas yang ada. Tentunya semakin baik fasilitas fisik tersebut dan dapat diandalkan menurut persepsi pengguna pelayanan maka akan mempengaruhi

penilaian terhadap kualitas pelayanan. Dalam hal ini, Menurut Parasuraman (2001:78): “Konsumen akan mempunyai persepsi bahwa suatu perusahaan mempunyai kualitas pelayanan yang baik bila memiliki sarana fasilitas fisik perkantoran, perlengkapan, ruang tunggu, dan lain-lain serta penampilan (kerapian) personil secara fisik dan sesuai dengan aturan yang berlaku.

Kesadaran akan pentingnya kerapihan merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan asumsi positif dari nasabah. Menurut Moenir (2014:88) bahwa: “Kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan publik dapat mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik.” Kesadaran akan pentingnya pelayanan yang berkualitas ternyata bisa dicerai dengan hal-hal yang kecil seperti kerapihan misalnya, kerapihan yang kurang baik akan menimbulkan asumsi masyarakat kecil bahwa mereka tidak dilayani seperti masyarakat menengah ke atas. Oleh sebab itu adanya dorongan yang terus diberikan pimpinan untuk menumbuhkan kesadaran yang tinggi terhadap pelayanan yang mereka lakukan serta konsistensi akan aturan yang berlaku menjadi hal yang harus diprioritaskan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan dalam pemberian kredit di BRI Unit Veteran Cabang Palu berdasarkan hasil penelitian belum terlaksana secara maksimal dikarenakan belum memenuhi kepuasan nasabah dalam pemberian pelayanan kredit. Hal ini dibuktikan dengan 5 indikator yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian, dua fokus kajian yang tidak terpenuhi yaitu indikator kehandalan (*reliability*) dimana masih kurangnya pelatihan yang diberikan oleh

Bank Rakyat Indonesia terhadap karyawannya demi menunjang pelayanan dan masih adanya beberapa oknum karyawan yang belum memenuhi rasa aman dalam penagihan angsuran nasabah yang menunggak. Adapun hambatan lainnya dalam jaminan (*assurance*), tepat janji dalam pelayanan kredit memiliki hambatan dari calon nasabah itu sendiri yang tidak tepat janji dalam pemenuhan persyaratan berkas kredit. Adapun tiga indikator lainnya yaitu daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) sudah menunjang kualitas pelayanan dengan maksimal di Bank BRI Unit Veteran Cabang Palu.

Rekomendasi

1. Diharapkan kepada BRI Cabang Palu dan Unit Pelaksananya untuk memberikan pelatihan dan pendidikan lebih intens lagi, bukan terbatas hanya pada saat rekrutmen awal.
2. Karyawan BRI Unit seyogyanya wajib mengikuti kegiatan pelatihan pelayanan demi mewujudkan aspek kehandalan kepada nasabah dalam pengurusan layanan kredit/pinjaman.
3. Intensitas pemberian motivasi yang selama ini diberikan oleh kepala unit kepada bawahannya agar dapat ditingkatkan kualitasnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas bantuan dari berbagai pihak khususnya pembimbing yang penulis hormati Bapak Dr. Nawawi Natsir, M.Si. dan Ibu Dr. Hajar Anna Patunrangi, M.Si. yang telah sudi meluangkan waktu dan banyak memberikan masukan serta saran arahan yang sangat bermanfaat, sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik, penulis ucapkan banyak terima kasih.

DAFTAR RUJUKAN

- Istijanto. 2005, *Riset Sumber daya Manusia*. Jakarta, PT. Gramedia pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa: Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta, PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta, Salemba Empat.
- Moenir, A.S. 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. New York, The Free Press.
- Pasolong Harbani, 2007. *Teori Administrasi Publik*. Bandung, Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Valarie A. Zeithaml, Leonard L Berry, & A. Parasuraman 1990. *The Behavioural Consequences of Service Quality*. Jurnal Elektronik.