

ANALISIS KEPUASAN NASABAH RESTRUKTURISASI KREDIT DAMPAK CORONA VIRUS PADA BANK PD BPR SARIMADU

Arman

Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bangkinang
E-mail : armanpiliang10@gmail.com

***Abstract:** Marketing of banking sector services was affected by the corona virus pandemic 19, where during 2020 Restructuring and types of MSME customer schemes Impact of Corona Virus Spread on Bank PD. BPR Sarimadu reached 311 people. This figure is quite high compared to normal conditions, besides that, the banking world in any condition must improve the quality of service by prioritizing the satisfaction of its customers. Various customer complaints with this epidemic condition continue to be experienced and accurate information is needed on how customer satisfaction really is. This study uses a descriptive type of research with the population is restructured credit customers as many as 311 people with a sample of 76 people. The type of data used is primary data sourced from customers as a sample and also secondary data, namely data from Bank PD BRP Sarimadu. Data analysis technique is using descriptive technique. The results showed that customer satisfaction with credit restructuring affected by covid 19 at Bank PD.BPR Sarimadu was in the Satisfied category, where the highest satisfaction was on emotional indicators where customers still felt proud and felt that they had social value being treated by banks, meaning that banks still have attention to customers. While the lowest indicator is the price, which means that there is a customer expectation of a reduction in credit interest and also a reduction in credit administration costs so that customers feel lighter in installments during this pandemic.*

***Keywords:** Customer Satisfaction, Credit Restructuring, Corona Virus*

I. PENDAHULUAN

Pentingnya kepuasan nasabah pada sector perbankan karena pada bisnis jasa nasabah menjadi urat nadi perkembangan perbankan itu sendiri. Dalam kondisi dan situasi yang bagaimanapun juga nasabah pada pelayanan jasa perbankan perlu mendapatkan perhatian yang serius. Seperti kondisi saat ini yakni mewabahnya pandemic covid 19, dimana nasabah perbankan terdampak karena dengan kebijakan pemerintah 3 M (Memakai masker; Mencuci tangan; dan Menjaga jarak dan menghindari kerumunan) kondisi ini menyebabkan sector riil kurang berjalan secara optimal dan mengakibatkan terkendalanya pembayaran kredit perbankan yang mereka alami.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan sejumlah kebijakan di tengah pandemi virus corona. Kebijakan ini dinilai mampu mendukung dunia usaha sekaligus sektor keuangan. Adapun kebijakan OJK

itu di antaranya tertuang dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 di industri perbankan serta POJK Nomor 14/POJK.05/2020 tentang Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 bagi Lembaga Jasa Keuangan Nonbank. Setidaknya ada empat kebijakan pokok yang telah digelontorkan OJK dalam masa pandemi saat ini. Yaitu kebijakan untuk meredam volatilitas di pasar keuangan dalam menjaga kepercayaan investor dan stabilisasi pasar dan memberi napas bagi sektor riil dan informal untuk dapat bertahan di masa pandemi virus corona melalui relaksasi restrukturisasi kredit/pembiayaan. Selain itu, OJK juga memberikan relaksasi bagi industri jasa keuangan agar tidak perlu membentuk

tambahan cadangan kerugian kredit macet akibat Covid-19. OJK juga memberikan ruang likuiditas yang memadai untuk menopang kebutuhan likuiditas perbankan. Terakhir, OJK melakukan resolusi pengawasan industri jasa keuangan yang lebih efektif dan cepat melalui Cease and Desist Order dan Supervisory actions/resolutions lainnya.

Pada Bank PD BPR Sarimadu Bangkinang, salah satu kebijakan yang dilakukan kepada nasabahnya adalah dengan melakukan restrukturisasi kredit dalam bentuk tenggang waktu pembayaran pokok selama 3-6 Bulan pertama dan perpanjangan waktu serta perpanjangan waktu untuk mengurangi angsuran pokok dan bunga setiapbulannya. Total nasabah yang mengajukan perpanjangan mencapai 311 orang nasabah. Berikut datanya:

Tabel 1: Restrukturisasi dan jenis skema nasabah UMKM Dampak Penyebaran Corona Virus pada Bank PD. BPR Sarimadu Tahun 2020

Debitur Direstrukturisasi			Skema Restrukturisasi / Jenis Restrukturisasi
Jumlah Debitur	Outstanding	NOA	
11	21,005,900,000	11	Tenggang waktu pembayaran pokok selama 3-6 Bulan pertama dan perpanjangan waktu
	0		Perpanjangan waktu untuk mengurangi angsuran pokok dan bunga setiapbulannya.
11	21,005,900,000	11	

Sumber: Bank PD BPR Sarimadu, 2021

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa dengan ada corona virus berdampak kepada kebijakan melakukan restrukturisasi kredit nasabah. Sejauhmana nasabah puas dengan kebijakan ini. Maka diangkat dalam sebuah penelitian dengan judul: Analisis Kepuasan Nasabah Restrukturisasi Kredit Dampak Corona Virus pada Bank PD BPR Sarimadu.

Uraian pada latar belakang dapat dijadikan dasar untuk dirumuskan masalah dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut: Bagaimana Kepuasan Nasabah Restrukturisasi Kredit Dampak Corona Virus pada Bank PD BPR Sarimadu?.

II. KERANGKA TEORI

Konsep Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah menurut Kotler (2004:10) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.

Pendapat lainnya juga disampaikan oleh Cahyani, P. D. (2016) Nasabah merasakan perbedaan yang signifikan sehingga secara psikis akan lebih memilih pada suatu merek bank ataukah nasabah merasakan tidak ada perbedaan antara layanan antara bank satu dengan yang lain. Kotler dan Armstrong dalam Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2012) mengatakan mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya. Menurut Engel dalam Fandy Tjiptono, dalam Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan.

Atmaja, J. (2018) menjelaskan Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bank bukan hanya bertugas di front office yang berhadapan langsung

dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan di back office. Pelayanan yang diberikan dan kepuasan nasabah merupakan tolak ukur keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan nasabah. Juga disampaikan Kuswanto, A. (2011) bahwa Salah satu aspek pemasaran yang berpengaruh dalam menarik dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat adalah layanan yang diberikan kepada para nasabah. Layanan ini dapat berupa (1) wujud fisik dan dapat dilihat serta dirasakan oleh nasabah seperti penampilan gedung bank, fasilitas yang dimiliki dan diberikan kepada nasabah, peralatan komunikasi yang digunakan oleh bank dan bentuk fisik lainnya; (2) keandalan atau keandalan dalam memberikan layanan kepada nasabah; (3) daya tanggap dan empati atau tingkat kecepatan dalam memberikan tanggapan kepada nasabah dan perhatian khusus yang diberikan oleh bank kepada nasabah.

Dari uraian di atas, maka dapat disintesis bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Kondisi ini akan berdampak kepada keberlanjutan jasa yang diberikan.

Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan nasabah menurut menurut Lupiyoadi (2001:158) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu: 1). Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas; 2). Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan; 3) Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan

produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu; 4). Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya; 5). Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Selain itu dijelaskan oleh Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2012) Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan (konsumen) dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas dengan kepuasan pelanggan.

III. METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menganalisis kepuasan nasabah restrukturisasi kredit pada Bank PD BPR Sarimadu.

Jenis Data

Data yang digunakan berbentuk data primer dan data sekunder, dapat dilihat dari uraian berikut ini:

- a. Data primer. Berisikan data yang langsung diperoleh dari responden penelitian diantaranya dapat tanggapan responden tentang variabel kepuasan nasabah kredit
- b. Data sekunder. Berisikan data yang berasal dari Bank PD BPR Sarimadu berkaitan dengan pemberian kebijakan restrukturisasi kredit.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan objek penelitian adalah nasabah yang mengajukan restrukturisasi kredit sebanyak 311 orang. Sampel diambil sebanyak 76 orang dengan menggunakan rumus slovin dan teknik pengambilan sampel dengan metode simple random sampling. Perhitungannya dapat dilihat pada uraian berikut:

Sampel

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Diketahui:

$$N = 311$$

$$e = 10\%$$

Maka:

$$n = 311 / (1 + (311 \times 0,1^2))$$

$$n = 311 / (1 + (3,11))$$

$$n = 311 / 4,11$$

$$n = 76$$

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank PD BPR Sarimadu, Proses penelitian dilakukan selama 4 bulan yaitu bulan Oktober 2020 – Januari 2021.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik

1. Observasi. Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan berkaitan dengan masalah yang diteliti
2. Kuesioner. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang berkait dengan tujuan penelitian. Pertanyaan disusun dari operasionalisasi variabel berikut:

- a. Kepuasan nasabah adalah menurut Kotler (2004:10) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira
 - b. Indikator kepuasan nasabah menurut menurut Lupiyoadi (2001:158) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu: 1). Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas; 2). Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan; 3) Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu; 4). Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya; 5). Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut
- Operasional Variabel

3. Dokumentasi. Melakukan pengumpulan data dengan cara mempelajari dan menganalisis dokumentasi yang terkait dengan data penelitian.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yakni suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

IV. ANALISA DATA

Berdasarkan survey yang dilakukan kepada 67 orang nasabah Bank PD BPR Sarimadu yang mendapatkan restrukturisasi kredit dimasa pandemic ini, dilihat dari kepuasannya, dimana pada konsepnya kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Terdapat lima indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan nasabah antara lain: 1). Kualitas produk; 2). Kualitas pelayanan; 3) Emosional; 4). Harga; 5). Biaya.

Pada indikator pertama yakni kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui seperti pada table berikut ini:

Tabel 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden tentang Kualitas Produk

No	Kualitas produk	Pilihan Jawaban					Skor	Ket
		S			S	TS		
	Peruntukan kredit		8	8			.5	aik
	Kemudahan yang diterima	5	2	3			.0	aik
Rerata							.8	aik

Sumber: Data olahan, 2020

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah dilihat dari kualitas produk dengan rata-rata skor sebesar 3.8 yang masuk dalam kategori baik, dimana dari dua item pertanyaannya item tertinggi pada kemudahan yang diterima nasabah dalam pelayanan, ini berarti bahwa Bank Sarimadu memberikan kemudahan angsuaran dimasa pandemic ini. Kemudian item terendah adalah pada peruntuk kredit yang berarti bahwa selama pandemic covid 19 ini pinjaman dari Bank Sarimadu dapat diandalkan untuk usaha.

Pada indikator kedua yakni kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3 : Tabulasi Data tentang Kualitas Pelayanan

No	Kualitas pelayanan	Pilihan Jawaban					Skor	Ket
		S S	S	C	T S	ST S		
1	Pelayanan yang baik	38	19	19	0	0	4.3	Sangat Baik
2	Fleksibelitas	64	49	16	0	0	3.7	Baik
Rerata							4.0	Baik

Sumber: Data olahan, 2020

Dari table kepuasan nasabah dilihat dari indikator kualitas pelayanan yang diberikan diketahui bahwa rata-rata jawaban sebesar 4.0 masuk dalam kategori baik dan dari dua indikatornya dapat diketahui bahwa indikator tertinggi yakni pada pelayanan yang baik artinya bahwa walaupun saya ada tunggakan pinjaman namun pihak bank masih memberikan pelayanan yang baik. Sedangkan jawaban terendah yakni pada fleksibelitas artinya

pembayaran angsuran kredit dapat dibayarkan dengan fleksibel.

Pada indikator ketiga yakni emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4 : Tabulasi Data Jawaban Responden tentang Emosional

No	Emosional	Pilihan Jawaban					Skor	Ket
		SS	S	C	TS	STS		
1	Bangga	3	1	2	0	0	4.1	Baik
2	Nilai sosial	3	2	1	0	0	4.3	Sangat Baik
	Rerata						4.2	Baik

Sumber: Data olahan, 2020

Dari table kepuasan nasabah dilihat dari indikator emosional diketahui bahwa rata-rata jawaban sebesar 4.2 masuk dalam kategori baik dan dari dua indikatornya dapat diketahui bahwa indikator tertinggi yakni pada merasa nilai social yang baik artinya bahwa pihak bank selalu menggunakan pendekatan social dalam menagih kredit. Sedangkan jawaban terendah yakni pada merasa bangga artinya nasabah merasa bangga mendapatkan kredit dari Bank Sarimadu.

Pada indikator keempat yakni Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 5 : Tabulasi Data Jawaban Responden tentang Harga

No	Harga	Pilihan Jawaban					Skor	Ket
		SS	S	C	TS	STS		
1	Bunga	0	3	6	3	0	3.1	Cukup baik
2	Biaya administrasi	0	5	2	0	0	3.7	Baik
	Rerata						3.4	Cukup baik

Sumber: Data olahan, 2020

Dari table kepuasan nasabah dilihat dari indicator harga yang diberikan diketahui bahwa rata-rata jawaban sebesar 3.4 masuk dalam kategori cukup baik dan dari dua indikatornya dapat diketahui bahwa indikator tertinggi yakni pada biaya administrasi artinya bahwa biaya administrasi yang ditetapkan bank tergolong wajar. Sedangkan jawaban terendah yakni pada bunga artinya bunga kredit pada bank sarimadu tergolong masih relative tinggi dibandingkan dengan bank umum lainnya.

Terakhir pada indikator kelima yakni biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut dapat dilihat pada table berikut ini:

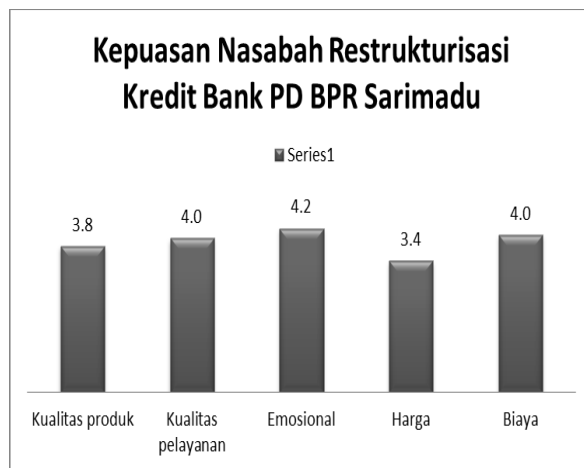
Tabel 6 : Tabulasi Data Jawaban Responden tentang Biaya

No	Biaya	Pilihan Jawaban					Skor	Ket
		SS	S	C	TS	STS		
1	Biaya tambahan	1	4	1	0	0	3.9	Baik
2	Waktu	3	3	6	6	0	4.2	Baik
	Rerata						4.0	Baik

Sumber: Data olahan, 2020

Dari table kepuasan nasabah dilihat dari indikator biaya pelayanan yang diberikan diketahui bahwa rata-rata jawaban sebesar 4.0 masuk dalam kategori baik dan dari dua indikatornya dapat diketahui bahwa indikator tertinggi yakni pada waktu artinya bahwa nasabah tidak membutuhkan banyak waktu untuk melakukan pembayaran angsuran pada bank sarimadu. Sedangkan jawaban terendah yakni pada biaya tambahan kredit pada bank sarimadu masih ada dikenakan biaya tambahan.

Secara keseluruhan indikator dapat diketahui kepuasan nasabah yang mengajukan restrukturisasi kredit pada Bank PD BPR Sarimadu dalam kategori puas dengan rata-rata skor 3,9. Hal ini dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Gambar 1 :
kepuasan nasabah yang mengajukan
restrukturisasi kredit pada Bank PD BPR
Sarimadu

Dari gambar 1 di atas, dapat diketahui bahwa dari lima indikator kepuasan nasabah dapat diketahui indikator tertinggi yakni pada emosional yakni nasabah Bank PD BPR Sarimadu merasa memiliki kedekatan dengan Bank tersebut, karena bank BPR Sarimadu adalah milik Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar, sehingga ada rasa memiliki sebagai warga Kampar. Kemudian yang terendah adalah pada indikator Harga dimana bunga yang ditetapkan kepada nasabah masih tergolong tinggi sehingga nasabah masih merasa keberatan dalam memikul bebannya apalagi dimasa pandemic yang dirasakan seperti sekarang ini.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan menjadi sebuah hal yang penting, sebagaimana dijelaskan oleh Hadiyati, H., Suroto, B., & Fatkhurahman, F. (2020) dan juga Suroto, B., Hadiyati, H., & Fatkhurahman, F. (2020), kepuasan nasabah restrukturisasi kredit Bank PD. BPR Sarimadu sudah puas. Diketahui kondisi emosional nasabah membuat mereka tetap loyal kepada bank tersebut. Namun dari suku bunga yang ditetapkan bank masih dirasakan memberatkan nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa bermodalkan perusahaan milik daerah bank ini memiliki kemampuan dalam menurunkan suku bunga. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013) bahwa persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga merupakan proses nasabah untuk

memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang tingkat suku bunga yang berlaku di bank dan kemudian akan direspon melalui tindakan yaitu apakah akan melakukan investasi/menyimpan uang di bank atau tidak dengan tingkat suku bunga yang berlaku tersebut.

Kemudian juga ditegaskan oleh Sari, L. K., & Soliha, E. (2018) bahwa Tingkat suku bunga kredit merupakan harga yang harus dibayar untuk meminjam sejumlah uang dalam waktu tertentu dan dinyatakan dalam persentase. Bunga adalah harga dari bentuk dana yang disalurkan dalam bentuk pinjaman, dimana penawaran pinjaman dibentuk oleh kelompok penyimpan yaitu mereka yang memiliki pendapatan besar dibandingkan konsumsinya selama periode tertentu sedangkan permintaan pinjaman dibentuk oleh seorang investor. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (atau yang memiliki simpanan) atau harga yang harus dibayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa kepuasan nasabah yang mengajukan restrukturisasi kredit pada Bank PD BPR Sarimadu dalam kategori puas. Dari lima indikator kepuasan nasabah dapat diketahui indikator tertinggi yakni pada emosional yakni nasabah Bank PD BPR Sarimadu merasa memiliki kedekatan dengan Bank tersebut, karena bank BPR Sarimadu adalah milik Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar, sehingga ada rasa memiliki sebagai warga Kampar. Kemudian yang terendah adalah pada indikator Harga dimana bunga yang ditetapkan kepada nasabah masih tergolong tinggi sehingga nasabah masih merasa keberatan dalam memikul bebannya apalagi dimasa pandemic yang dirasakan seperti sekarang ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka dapat diberikan saran dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah Bank PD BPR Sarimadu yakni kepada bank perlu mempertimbangkan lebih mendalam aspek bunga yang ditetapkan kepada nasabah, misalnya dengan menurunkan suku bunga yang ditetapkan di masa pandemic seperti sekarang ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 182-198.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 49-63.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan perbankan syariah di Yogyakarta. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 151-162.
- Hadiyati, H., Suroto, B., & Fatkhurahman, F. (2020, April). Exploring Service and Environment: In-patient trust and satisfaction in public hospital. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 469, No. 1, p. 012065). IOP Publishing.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. edisi Millenium, Penerbit PT.Prenhallindo. Jakarta.
- Kuswanto, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 14(2).
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Edisi 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Sari, L. K., & Soliha, E. (2018). Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah.
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Suroto, B., Hadiyati, H., & Fatkhurahman, F. (2020, April). Services and Participation in Public Hospital: Creating a Trusted Environment for Outpatient. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 469, No. 1, p. 012063). IOP Publishing.
- Suroto, B. (2020, April). Creativity and Opportunity on Traditional Food Products: Business quality in competitive environment. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 469, No. 1, p. 012066). IOP Publishing.
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2012). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2).