

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang menentukan kualitas hubungan yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah perkotaan meliputi 4 faktor, yaitu: (1) Kebijakan harga, (2) Kecakapan dan perilaku, (3) Sikap, (4) Jaminan.
2. Faktor-faktor yang menentukan kualitas hubungan yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah urban meliputi 3 faktor, yaitu: (1) Kecakapan, (2) Perilaku, (3) Suasana
3. Faktor-faktor yang menentukan kualitas hubungan yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah sub-urban meliputi 3 faktor, yaitu: (1) Prioritas, (2) Suasana, (3) ketanggapan.
4. Analisis diskriminan secara simultan menunjukkan ada perbedaan penentu kualitas hubungan yang diharapkan nasabah usaha mikro di wilayah perkotaan, urban, dan sub-urban, yaitu: faktor empathy, faktor sikap dan kebijakan harga, dan faktor suasana. Faktor-faktor ini dapat membedakan pembentuk kualitas hubungan antara wilayah perkotaan terhadap wilayah urban dan sub-urban.
5. Faktor-faktor penentu manfaat yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah perkotaan meliputi 5 faktor,

yaitu: (1) Manfaat perlakuan khusus, (2) Manfaat Kepercayaan, (3) Manfaat reliabilitas, (4) Manfaat sosial, (5) Manfaat kedekatan.

6. Faktor-faktor penentu manfaat yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah urban meliputi 4 faktor, yaitu: (1) Manfaat layanan cepat dan kepercayaan hubungan, (2) Manfaat perlakuan khusus, (3) Manfaat reliabilitas, (4) Manfaat sosial.
7. Faktor-faktor penentu manfaat yang diharapkan nasabah usaha mikro BPR dalam mendapatkan layanan kredit di wilayah sub-urban meliputi 3 faktor, antara lain: (1) Manfaat kepercayaan dan layanan cepat, (2) Manfaat sosial, (3) Manfaat perlakuan khusus.
8. Analisis diskriminan secara simultan menunjukkan ada perbedaan penentu kualitas hubungan yang diharapkan nasabah usaha mikro di wilayah perkotaan, urban, dan sub-urban, yaitu: faktor empathy, faktor sikap dan kebijakan harga, dan faktor suasana. Faktor-faktor ini dapat membedakan pembentuk kualitas hubungan antara wilayah perkotaan terhadap wilayah urban dan sub-urban.
9. Untuk mengetahui adanya perbedaan penentu manfaat yang diharapkan nasabah usaha mikro dalam mengambil layanan kredit BPR di ketiga wilayah analisis faktor dilakukan secara bersama-sama dan menghasilkan 4 faktor baru. Hasil analisis diskriminan secara parsial dihasilkan satu faktor baru yang dapat membedakan yaitu faktor manfaat perlakuan khusus. Namun, analisis diskriminan secara simultan menunjukkan tidak ada perbedaan faktor

penentu manfaat yang secara signifikan dapat membedakan ini diketiga wilayah.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini menyangkut keterbatasan teoritik dan teknis penelitian.

1. Sudah ada penelitian sebelumnya yang meneliti tentang faktor penentu kualitas hubungan manfaat antara hotel dengan konsumennya, pusat perbelanjaan dengan konsumennya, asuransi dengan nasabahnya, bank dengan nasabahnya, pegawai bank dengan pelaku usaha, bahkan yang lebih spesifik bank dengan pelaku usaha kecil dan menengah. Namun, penelitian yang khusus Bank Perkreditan Rakyat dalam pemberian layanan kredit perbankan dengan pemilik usaha mikro berdasarkan wilayahnya masih sedikit sehingga landasan teori dan referensi penelitian sebelumnya yang digunakan pada penelitian ini hampir sama dan sangat terbatas.
2. Penelitian ini dilakukan di tiga wilayah yang berbeda dimana pada analisa diskriminan manfaat tidak ditemukannya perbedaan maka penelitian berikutnya tidak melakukan penelitian dengan perbedaan wilayah melainkan pada demografi nasabah (misalnya latar belakang pendidikan, jenis kelamin, skala usaha, dsb.)
3. Penelitian ini tidak membedakan BPR berdasarkan besarnya aset, jumlah kantor cabang atau kas, dan teknologi yang dimilikinya.
4. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi selama melakukan penelitian ini adalah pada saat mengumpulkan data di lapangan, antara lain: keterbatasan waktu

baik dari peneliti maupun responden, tidak banyak BPR yang mengizinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari para nasabahnya secara langsung sehingga data yang diperoleh kurang beragam dan kurang maksimal.

### **5.3 Saran**

Hasil analisis penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar pemikiran terhadap kebijakan pemasaran perbankan terutama Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti memberikan saran sebagai berikut:

#### **1. Bagi industri BPR**

Tanggapan responden pemilik usaha mikro akan kualitas hubungan dan manfaat yang paling diharapkan adalah agar dapat mengenal pegawai bank dengan baik dan informasi kredit yang jelas, serta layanan yang cepat. Oleh karena itu BPR perlu mempertahankan kemampuan pegawainya dengan terus memberi pelatihan tentang kemampuan komunikasi yang baik dan layanan yang prima.

Kualitas hubungan dan manfaat yang tidak dirasakan oleh nasabah tidak adalah layanan prioritas layanan dan saat terjadi antrian. Apabila dilihat dari nilai meannya variabel ini sama-sama memiliki nilai terendah. Agar nasabah usaha mikro dapat merasakan adanya kualitas hubungan dan manfaat dari hubungan yang terjalin maka BPR perlu menciptakan layanan prioritas dan layanan prioritas ketika terjadi antrian kepada nasabahnya.

Dengan adanya perbedaan karakteristik responden dan kebutuhan yang berbeda-beda di wilayah perkotaan, urban, dan sub-urban maka BPR perlu

menyusun strategi yang sesuai. Berikut ini rekomendasi strategi berdasarkan hasil penelitian.

1) Wilayah Perkotaan

- a. Promosi yang menitik beratkan pada segala hal tentang kredit, mulai dari prasyaratnya, prosedur, fitur layanan, dan keutamaan layanan kredit, serta suku bunga yang terjangkau.
- b. Sosialisasi yang bisa dilakukan dengan memberikan papan informasi atau melalui media apa saja yang dapat memberi informasi bahwa bank sangat menjaga kerahasiaan nasabahnya.
- c. Meningkatkan kinerja dan kecakapan pegawai mulai dari pemahamannya tentang produk BPR, kemampuan berkomunikasi pegawainya sehingga informasinya tersampaikan dengan baik, serta memberi pelatihan atau pengetahuan secara berkesinambungan tentang perlu dan pentingnya memahami karakter nasabah maupun calon nasabah. Hal ini juga dapat dijadikan patokan bagi BPR ketika akan melakukan proses rekrutmen yang lebih mengutamakan pegawai mencari pegawai yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik.
- d. BPR dapat mengekspose kritik dan saran yang diberikan oleh nasabahnya, sehingga nasabah akan menilai bahwa BPR peduli dengan kepentingan dan keluhan nasabahnya.

## 2) Wilayah Urban

- a. Promosi yang menitik beratkan pada mudahnya prasyaratnya dan prosedur kredit yang ditawarkan. Suku bunga yang terjangkau tidak terlalu penting bagi nasabah urban.
- b. Meningkatkan dan terus melakukan pembaharuan pemahaman produk yang ditawarkan oleh BPR melalui pelatihan internal atau *briefing* singkat setiap hari. Sehingga layanan yang diberikan cepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- c. Menata ulang atau mengatur kembali desain interior BPR sehingga memiliki suasana seperti layaknya sebuah bank. Memastikan papan informasinya jelas dan mudah dimengerti oleh nasabahnya

## 3) Wilayah Sub-urban

- a. Merekrut pegawai atau memberi pelatihan pegawai yang sudah ada untuk meningkatkan pemahaman terhadap layanan kredit yang ditawarkan dan meningkatkan kemampuannya dalam memenuhi permintaan, kemauan, dan kebutuhan nasabah. Terutama nasabah yang termasuk nasabah prioritas.
- b. Promosi tentang suku bunga pinjaman yang ringan karena nasabah di wilayah sub-urban ini karena ternyata suku bunga yang ringan merupakan hal yang penting bagi nasabah usaha mikro di wilayah sub-urban.
- c. Mengatur atau merenovasi tata letak ruangan di bank sehingga nasabahnya dapat merasakan suasana yang aman dan nyaman. Serta memasang papan informasi yang jelas dan lengkap tentang layanan yang ditawarkan oleh BPR.

#### 4) Bagi peneliti lain

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor kualitas hubungan dan manfaat antara nasabah pemilik usaha mikro dengan BPR berdasarkan demografi nasabah (misalnya jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan, jenis usaha, frekuensi kunjungan, berulangnya pengambilan layanan, jangka waktu pengambilan layanan ) atau berdasarkan skala usaha. Hal ini disebabkan oleh model diskriminan yang digunakan pada penelitian ini memiliki kemampuan memprediksi yang rendah.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Hadi, Asrid Juniar, Sufi Jikrillah., 2010. Studi Kelayakan Pendirian Bank Perkreditan Rakyat (BPR) di Kabupaten Tanah Bumbu Ditinjau dari Aspek Keuangan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol 11 No. 1, April 2010, 1-9.
- Agus E. Siregar, 2013, "*Tantangan dan Peluang bagi Industri BPR ke Depan*". Makalah disampaikan pada Seminar Nasional DPD Perbarindo Jawa Timur, Surabaya, 5 September 2013
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Profil Industri Mikro dan Kecil Triwulan I 2012*. BPS Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Timur.
- Bambang Tri Cahyono, 1996. *Metode Riset Bisnis*. IPWI. Jakarta
- Bank Indonesia. 2008. *Profil dan Pemetaan Daya Saing Ekonomi Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia* Ed. 1. Jakarta:Rajawali Press.
- Crosby, L.A., K.R. Evans and D, Cowles, 1990. "Relationship Quality in Service Selling : An Interpersonal Influence Perspective". *Journal of Marketing*. Vol 54:3, pp 68-81
- Dagger, Tracey S., David, Meredith E dan Sandy Ng. 2011. "Do relationship benefits and maintenance drive commitment and loyalty?". *Journal of Services Marketing*. Vol. 25 Iss: 4, pp.273 – 281
- Deni Arisandy., Ninuk Saskiawardani., Wahyu Arip Oktapian., Drajat Kurniawan. 2012. *How To Manage BPR: Mempertahankan kinerja di tengah persaingan dan Era Pasar Terbuka*. Jakarta: Infoarta Pratama
- Eben Haezer Panca. 2013. Setiap tahun, jumlah usaha mikro di Surabaya yang berhasil 'naik kelas' (Online). (<http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/12/04/25-usaha-mikro-di-jatim-tiap-tahun-naik-kelas> diakses pada tanggal 10 Januari 2014)
- Egan, John. 2008. *Relationship Marketing*. Exploring relational strategies in marketing, Third Edition, England: Prentice Hall
- Faizatul Hiqmah, 2013, "The Determinant of Relationship Quality and Benefit in Banking Industries: SME Perspectives". *Proceeding International Conference in Business and Banking*, Thailand.
- Gilaninia, Shahram., AskariRankouh, Mir Abdolhasan., Farokhi, Alireza. 2013. "Overview of Customer Relationship Management and Relationship

Marketing”. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*. Vol.2. No.12. pp 66-72

Hair, Joseph F., Rolph F. Anderson, Ronald L. Tahtam dan William C. Black, 2006. *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition. New Jersey. Prentice Hall Inc.

Herri, Tafdil Husni, Syahrial Syarif, Suhairi, Edi Herman, Ma'ruf. 2007. Studi Peningkatan Peran Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dalam Pembiayaan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Sumatera Barat (Online). (<http://www.bi.go.id/web/id/Publikasi/Perbankan+dan+Stabilitas+Keuangan/Arsitektur+Perbankan+Indonesia/api16.htm> diakses pada 3 desember 2013)

Imam Ghozali. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang : Universitas Diponegoro.

Joko Suyanto, 2014, “Berbagai Masalah Industri BPR di Masa Depan”. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional DPD Perbarindo Jawa Timur, Surabaya, 4 September 2013 Manado, 29 Agustus 2014. Online. (<http://www.ibex.or.id/download/presentasi/2/Presentasi-Bpk.Joko-Suyanto-IBEX2014.pdf>)

Jonathan Sarwono dan Tutty Martadireja. 2008. *Riset Bisnis. untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kim Wansoo, Ok Chihyung, Gwinner Kevin Patrick. 2010. “The antecedent role of customer-to-employee relationships in the development of customer-to-firm relationship”. *The Service Industries Journal*. Vol. 30, No. 7, July 2010, 1139-1157.

Levesque, Terrence., dan McDougall, Gordon H.G. 1996. “Determinants of customer satisfaction in retail banking”. *International Journal of Bank Marketing*. 14/7, pp.12-20

M. Ismail. 2013. *3 Tahun Memimpin, Saiful Ilah-Sutjipto Banyak Raih Penghargaan* (Online).([http://m.beritajatim.com/politik\\_pemerintahan/188438/3\\_tahun\\_memimpin\\_saiful\\_ilah-sutjipto\\_banyak\\_raih\\_penghargaan.html#UvGyFhB\\_uH8](http://m.beritajatim.com/politik_pemerintahan/188438/3_tahun_memimpin_saiful_ilah-sutjipto_banyak_raih_penghargaan.html#UvGyFhB_uH8) diakses pada tanggal 5 Januari 2014)

Malhotra, Naresh K. 2010. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: Indeks

- Molina, Arturo., Martín-Consuegra, David dan Esteban, Águeda. 2007. "Relational benefits and customer satisfaction in retail banking". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 25 Iss: 4, pp.253 – 271
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. 3<sup>rd</sup> Edition. Jakarta: Erlangga
- Ndubisi, Nelson Oly, Wah, Chan Kok. 2004. "Factorial and Discriminant Analyses of The Underpinnings of Relationship Marketing and Customer Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 23 Iss: 7, pp.542 – 557
- Ndubisi, Nelson Oly, Khoo-Lattimore, Catheryn, Yang, Li, Capel, Celine Marie. 2011. "The Antecedents of Relationship Quality in Malaysia dan New Zealand", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 28 No.2, 2011, pp. 233-248.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1985), "A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Qin, Su., Zhao, Li dan Yi, Xu. 2009. "Impacts of customer service on relationship quality: an empirical study in China". *Managing Service Quality*, Vol. 19 Iss: 4, pp.391 – 409
- Robby Yuwono dan RR. Retno A., 2013. "Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal Di Jawa Timur" (Online). *Agora*. Vol 1, No.3. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.
- Roig, Juan C.F., Garcia, J. S, Tena, M. A. M, dan Monzonis, J, L., 2005. "Customer Perceived Value in Banking Services". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 24 No.5, 2005, pp.266-283
- Sadi. 2008. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Studi kasus pada BPR BKK Pati Kota. *EXCELLENT*, Vol. 1 No. 2 (September), p.1-18
- Shostack, G. Lyn, 1977. "Breaking Free From Product Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 41 (April), p. 73-80
- Sri Adiningsih. 2013. "BPR dalam Upaya Mendorong Pertumbuhan dan Kemudahan Akses bagi UMKM untuk Menghadapi Persaingan Global". Makalah disampaikan pada Seminar Nasional dan Ekspo UMKM Perbarindo, Manado, Oktober 2013.

- Thurau, Hennig Thorsten., Gwinner, P. Kevin., Gremier D. Dwayne. 2002. "Understanding Relationship Marketing Outcomes. An integration of Relational Benefits and Relationship Quality". *Jurnal of Service Research*. Vol. 4, No. 3 pp. 230-247
- Uma Sekaran, 2006, *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Ed 4. Buku 2. Jakarta : Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Research Methods for Business : Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Ed 4. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Online). (<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf> diakses pada 10 Desember 2013)
- Wong, Ami dan Sohal, Amrik. 2002. "An Examination of the Relationship Between Trust, Commitment and Relationship Quality". *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 30 Iss: 1, pp.34 – 50
- Yoko Priyono. 2011. *90 persen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Mojokerto belum mempunyaiijin usaha* (Online). (<http://www.majamojokerto.com/local-index-detail/data/detail/27/38/90-persen-Usaha-Mikro-Kecil-dan-Menengah--UMKM--Di-Kabupaten-Mojokerto-belum-mempunyaiijin-usaha> diakses pada tanggal 5 Februari 2014)
- Yusman Hestiyanto. 2010. *Geografi 3. SMA Kelas XII*. Bogor:Yudistira