



Studi Layanan Bank Mayapada dalam Menangani Kredit Macet Saat Pandemi Covid-19

Erick Gunadi Tanjung

Universitas Widya Kartika

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit **10 September 2022**

Accepted **15 September 2022**

Published **20 September 2022**

Email Author:

erickenstein@gmail.com

ABSTRACT

This bad credit or loan is none other than because many companies operating in the real sector closed or went bankrupt during the pandemic, so of course it resulted in arrears or company collateral to banks as monetary companies were disrupted or failed to pay. The bankruptcy of the company that operates in the real sector also has an impact on the loss of job opportunities as employees who work for the company so that it also causes the individual credit of the employee to also fail to pay, causing an increase in the number of bad loans or Non-Performing Loans at the bank. The purpose of this study is to explain how Bank Mayapada Services in Handling Bad Credit During the Covid-19 Pandemic. The research method used by the researcher is qualitative. With a sample of 5 respondents in Surabaya who experienced bad loans, the conclusion is that Bank Mayapada's Services in Handling Bad Loans in Surabaya already have satisfactory results for Bank Mayapada customers.

Keyword– *Bank, Customer Satisfaction, Service.*

ABSTRAK

Kredit atau pinjaman yang macet ini tidak lain dikarenakan banyak perusahaan yang bergerak di sektor riil yang tutup atau bangkrut di masa pandemi, sehingga tentu mengakibatkan tunggakan atau agunan perusahaan terhadap bank sebagai perusahaan moneter terganggu atau gagal bayar. Bangkrutnya perusahaan yang bergerak di sektor riil ini juga berdampak pada hilangnya lapangan pekerjaan bagi pegawai pegawai yang bekerja pada perusahaan tersebut sehingga juga menyebabkan kredit individu dari pegawai tersebut juga gagal bayar sehingga menyebabkan penambahan jumlah kredit macet atau Non Performing Loan pada bank. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana Layanan Bank Mayapada dalam Menangani Kredit Macet Saat Pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif. Dengan jumlah sampel 5 responden di Surabaya yang mengalami kredit macet, kesimpulannya bahwa Layanan Bank Mayapada Dalam Menangani Kredit Macet di Surabaya sudah memiliki hasil yang cukup memuaskan bagi para nasabah Bank

Mayapada.

Kata Kunci – Bank , Kepuasan Pelanggan , Pelayanan.

PENDAHULUAN

Fungsi Bank di kalangan masyarakat ternyata sangat luas dan jasa yang ditawarkan oleh perbankan sendiri meliputi hampir seluruh aspek finansial masyarakat, mulai dari tempat menyimpan uang , tempat penghimpunan dana , tempat penyalur dana sampai layanan pembiayaan / layanan kredit bagi masyarakat baik itu untuk kredit produktif seperti permodalan usaha atau bahkan kredit konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari hari masyarakat (Lubis, 2010). Fungsi-Fungsi dasar Perbankan yang sangat luas ini terdapat dalam (Regar, Areros, & Rogahang, 2016).

a. Agent of Trust

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (trust), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya kepada debitur atau masyarakat apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa debitur tidak akan menyalahgunakan pinjamannya, debitur akan mengelola dana pinjaman dengan baik, debitur akan mempunyai kemampuan untuk membayar pada saat jatuh tempo, dan debitur mempunyai niat baik untuk mengembalikan pinjaman beserta kewajibannya pada saat jatuh tempo.

b. Agent of Development

Kegiatan Bank yang bergerak di sektor moneter berupa penghimpunan dana dan penyaluran dana sangat berperan penting dalam lancarnya kegiatan ekonomi di sektor riil, kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan di sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor tersebut selalu berinteraksi dan saling mempengaruhi. Sektor riil tidak akan dapat berkinerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan Bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi – distribusi- konsumsi- tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi-distribusi-konsumsi tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

c. Agent of Service

Selain melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran perbankan yang lain kepada masyarakat, jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank dan penyelesaian tagihan. Namun di masa COVID-19 ini bank juga menemui banyak sekali masalah dan kesulitan yang terjadi, dikarenakan fungsi bank yang cukup fundamental dalam finansial masyarakat dan suatu negara maka jika bank mengalami masalah dan kesulitan tentu juga akan berdampak pada Kesehatan finansial masyarakat yang bergantung kepada bank. Salah satu masalah yang penulis angkat dan soroti adalah masalah kredit macet nasabah di masa pandemi COVID-19 ini yang mana menjadi masalah besar yang dihadapi oleh seluruh lembaga/perusahaan perbankan di INDONESIA . Selain perusahaan perusahaan besar yang banyak terkena kredit macet, banyak

juga umkm umkm yang juga terkena masalah kredit macet. Banyak-nya jumlah UMKM yang bermunculan beberapa tahun belakangan ini ternyata juga menjadi bencana pada saat terjadi pandemi Covid-19, karena UMKM kecil yang banyak bermunculan ini yang juga banyak yang meminta pendanaan dari bank dan terjadi akhirnya banyak juga terjadi gagal bayar dikarenakan bisnis yang baru berjalan dan terhantam pandemi global yang tidak disangka sangka sebelumnya. Hal ini juga tentu menjadi masalah tambahan kepada para lembaga keuangan dan pendanaan termasuk bank, dan tentu kita bisa membayangkan betapa besarnya jika arus dana dari bank terhambat bahkan bisa menjadi faktor kebangkrutan dari bank tersebut sendiri

Menurut data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Bahwa hal ini menjadi sangat parah dibandingkan dengan beberapa tahun belakangan, penulis membandingkan data statistik yang penulis rangkum dari laporan “Statistik Perbankan Indonesia - Vol. 17 No. 7 Juni 2019 – 2021”, Oleh Otoritas Jasa Keuangan Bahwa di masa sebelum pandemi COVID 19 Non Performing Loan atau kredit macet hanyalah berada di angka 2,5% di awal tahun 2019 dan melonjak menjadi 3,35% di pertengahan tahun 2021. Ini berarti ada peningkatan sebesar hampir 1% Non Performing Loan atau Kredit macet akibat terjadinya pandemi COVID 19. Bankir mengamini PPKM darurat bisa membuat peningkatan pada NPL seiring dengan melambatnya perekonomian” , melalui sumber yang kredibel tersebut juga tercatat data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mencatatkan NPL (Non- Performing Loan) atau Kredit Macet perbankan di Mei 2021 di level 3,35%. Posisi itu terus naik dibandingkan Desember 2020 di posisi 3,06% dan Mei 2021 bertengger di 3,00%.

Kredit atau pinjaman yang macet ini tidak lain dikarenakan banyak perusahaan yang bergerak di sektor riil yang tutup atau bangkrut di masa pandemi (Hastasari & Suharini, 2021), sehingga tentu mengakibatkan tunggakan atau agunan perusahaan terhadap bank sebagai perusahaan moneter terganggu atau gagal bayar. Bangkrutnya perusahaan yang bergerak di sektor riil ini juga berdampak pada hilangnya lapangan pekerjaan bagi pegawai pegawai yang bekerja pada perusahaan tersebut sehingga juga menyebabkan kredit individu dari pegawai tersebut juga gagal bayar sehingga menyebabkan pertambahan jumlah kredit macet atau Non Performing Loan pada bank.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena penulis ingin mengetahui Bagaimana Layanan Bank Mayapada dalam menangani nasabah yang terkena kredit macet di masa pandemi Covid-19, Penelitian ini mengambil lokasi di kota Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer, karena sumber data yang diperoleh langsung dari konsumen yang telah menggunakan produk jasa kredit yang dikeluarkan oleh Bank Mayapada dan juga mengalami Kredit Macet (Non Payment Loan) di masa periode pandemi Covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan jasa kredit Bank Mayapada. Menurut Sugiyono dalam (Siregar, 2018), definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan, Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 5 responden yang merupakan konsumen yang sedang menggunakan jasa kredit Bank Mayapada dan mengalami kredit macet di masa pandemi Covid-19, Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode interview (wawancara) dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisa data yang dilakukan oleh penulis terhadap lima orang narasumber yang

berbeda, dapat ditemukan korelasi antara jawaban – jawaban yang diberikan oleh narasumber terhadap teori – teori yang digunakan penulis dalam meneliti penelitian ini, di pertanyaan pertama, penulis menanyakan tentang alasan kenapa konsumen menggunakan produk kredit dari Bank Mayapada , hal ini dapat mengarah kepada ke kepuasan konsumen terhadap Bank Mayapada di Surabaya tahun 2020-2021 yang ditinjau dari perilaku konsumen. Dari jawaban narasumber di atas terdapat korelasi teori (Philip Kotler-Keller, 2009). Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.

Menurut (Kotler, n.d.) proses pengambil keputusan adalah sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca Pembelian. Keputusan konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dimana 5 narasumber mengatakan menggunakan produk kredit dari perbankan digunakan sebagai modal untuk membuka usaha baik itu merupakan usaha utama ataupun usaha sampingan.

Di Pertanyaan Kedua Penulis menanyakan kepada para Narasumber menurut mereka seberapa penting pelayanan dalam industri perbankan dan juga apakah pelayanan menjadi suatu tolak ukur Nasabah dalam melakukan pemakaian produk jasa yang disediakan oleh Perbankan. Semua Narasumber yang penulis wawancarai menjawab bahwa menurut mereka keputusan pemakaian produk jasa yang disediakan oleh perbankan salah satu faktor penting yang diperhatikan adalah pelayanan meskipun memang yang dilihat pertama kali adalah feedback keuntungan seperti suku bunga yang dimiliki oleh perbankan namun tetap saja pelayanan juga menjadi tolak ukur pembelian oleh para nasabah . Hal ini berkorelasi dengan teori yang penulis gunakan yaitu Menurut (Priansa, 2017) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Harapan (expectations)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (performance)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (comparison)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (experience)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (confirmation) dan dikonfirmasi (disconfirmation)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih

rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation /disconfirmation.

Di Pertanyaan Ketiga Penulis menanyakan tentang menurut mereka kira kira apa yang mereka inginkan dan harapkan kepada pihak bank jika ada kejadian atau kasus seperti ini terjadi , penulis mengacu kepada pertanyaan yang bisa menggiring kepada jawaban tentang apakah pihak Bank Mayapada Sudah mengetahui tentang harapan dan keinginan Nasabahnya yang menggunakan produk kredit dari Bank Mayapada itu sendiri dan sedang mengalami masalah dan kesusahan dalam melakukan pembayaran dikarenakan ada situasi darurat yang terjadi. Rata Rata Narasumber menjawab bahwa yang mereka inginkan ketika masalah seperti itu terjadi adalah pihak Bank Mayapada bisa memberikan pelayanan yang tetap baik dan bisa memahami keadaan yang dialami Nasabah.

Hal ini berkorelasi dengan teori kepuasan konsumen yang penulis pakai di penelitian yang penulis lakukan bahwa hal ini menyangkut permintaan nasabah berupa Reliability Merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secarameyakinkan dan akurat. reliability merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan sikap yang akurat dan dapat diandalkan. Wang & Wang dalam (Felix, Rauschnabel, & Hinsch, 2017) menyatakan bahwa reliability tercermin dari memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan tepat waktu dan dapat menangani masalah dengan baik. Sedangkan Bharwana dalam (Pratiwi & Putra, 2022) mengemukakan bahwa reliability merupakan kemampuan dari suatu lembaga, organisasi atau karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

Menurut (Amikuzino & Donkoh, 2012) reliabilitas dapat diukur dari kecepatan, keinginan untuk menanggapi, ketepatan dan dapat diandalkan. Berdasarkan pada teori-teori tersebut, disimpulkan bahwa reliability merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan yang akurat sesuai dengan kondisi dan dapat diandalkan, Di pertanyaan keempat, peneliti menanyakan tentang bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Bank Mayapada saat nasabah mengalami kredit macet (Non Payment Loan) karena terdampak Pandemi Covid-19. Dari jawaban narasumber memiliki persentase terbanyak yang mengarah kepada kepuasan konsumen / Nasabah dari Bank Mayapada dikarenakan pelayanan dari Bank Mayapada dalam menghadapi kasus Kredit macet (Non Payment Loan) di era pandemi Covid-19 ini cukup baik, dan juga rata rata nasabah yang penulis teliti merasa cukup terbantu dengan bunga dan proses pembayaran yang bisa di negosiasi bagi mereka yang bisnis nya terdampak pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diberikan beberapa kesimpulan dalam penelitian bahwa layanan Bank Mayapada dalam menghadapi Kredit Macet saat pandemi Covid-19 sudah cukup baik dan membuat sebagian besar nasabah puas . Dan juga dari wawancara yang penulis lakukan maka penulis bisa menarik hasil bahwasanya

Di Pertanyaan yang Kelima dan menjadi pertanyaan terakhir dari penulis bagi para narasumber yang penulis pilih untuk membantu penulis menyelesaikan artikel ini, penulis menanyakan saran dari para narasumber penulis yang merupakan nasabah Bank Mayapada yang sempat merasakan kredit macet (Non Payment Loan) kepada Bank Mayapada yang mungkin bisa digunakan oleh pihak Bank untuk meningkatkan kualitas nya

Dari Jawaban yang para Narasumber berikan kepada penulis maka penulis mengambil kesimpulan bahwa Bank Mayapada sudah mempunyai pelayanan yang cukup baik namun masih perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan dengan cara melakukan recheck kepada Konsumen/Nasabah secara berkala disaat terjadi hal hal luar biasa seperti, bencana alam, perang, wabah penyakit dll yang membuat perputaran ekonomi melambat.

Hal ini tentu akan membuat Nasabah merasa bahwa nasabah lebih diperhatikan sesuai dengan teori (Priansa, 2017) Customer Experience , yang tentunya akan membuat Customer/ Nasabah lebih loyal sehingga setelah bencana terlewati maka Nasabah tersebut akan tetap memakai jasa layanan keuangan yang ditawarkan dan tidak pindah ke kompetitor lainnya. Pengalaman (experience) Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil Studi Layanan Bank Mayapada Dalam Menangani Kredit Macet di Surabaya, peneliti mendapatkan informasi-informasi pendukung yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik sekunder maupun primer. Peneliti juga memilih sumber sumber terpercaya sebagai sumber wawancara dan juga penulis menggunakan metode observasi sehingga informan informan yang dipilih oleh penulis sudah sesuai dengan syarat syarat untuk memberikan informasi yang valid. Peneliti menggunakan metodologi penelitian dengan wawancara langsung , observasi dan dokumentasi sebagai dasar penelitian yang dilakukan oleh penulis dan sudah sesuai dengan tata cara metodologi penelitian. Dan hasil penelitian dan wawancara peneliti kepada informan informan yang peneliti pilih secara acak namun terstruktur ini dapat diambil kesimpulan bahwa Layanan Bank Mayapada Dalam Menangani Kredit Macet di Surabaya sudah memiliki hasil yang cukup memuaskan bagi para nasabah Bank Mayapada. Penyelesaian masalah yang dilakukan oleh Bank Mayapada dengan cara membuka diri untuk proses negosiasi kredit dan angsuran menurut penelitian yang dilakukan oleh peneliti menjadi nilai plus yang membuat nasabah Bank Mayapada memiliki kepuasan konsumen yang cukup tinggi sesuai dengan pernyataan pernyataan yang didapat peneliti dari informan yang peneliti tetapkan sebagai narasumber penelitian. Tidak ada nya kredit macet yang sampai harus dibawa ke dalam jalur hukum dan dapat diselesaikan dengan jalur kekeluargaan dan pihak Bank Mayapada yang negotiable sudah sesuai dengan teori kepuasan konsumen dan akan berdampak baik pada pertumbuhan perusahaan kedepannya.

BIBLIOGRAFI

- Amikuzino, J., & Donkoh, S. A. (2012). Climate variability and yields of major staple food crops in Northern Ghana. *African Crop Science Journal*, 20, 349–360.
- Felix, Reto, Rauschnabel, Philipp A., & Hinsch, Chris. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126.
- Hastasari, Ratih, & Suharini, Suharini. (2021). Tinjauan Non-Performing Loan Perbankan Indonesia Tahun Pandemi 2020. *Jurnal Akrab Juara*, 6(1), 120–131.
- Kotler, Philip. (n.d.). Keller. (2012) Marketing Management. *New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.*
- Lubis, Irsyad. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan*. USUpress.
- Philip Kotler-Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, Reski Dewi, & Putra, Ryrin Suryaman Prana. (2022). Analisis GAP Kualitas Pelayanan Rawat Jalan RSUD Takalar dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 8(1), 45–59.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.
- Regar, Rifka, Areros, William A., & Rogahang, Joula J. (2016). Analisis Pemberian Kredit Mikro Terhadap Peningkatan Nasabah Studi Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 4(4).
- Siregar, Nurafrina. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota medan (studi kasus kantor plaza telkomcabang iskandar muda no. 35 medan baru). *Jumant*, 7(1), 65–76.

Copyright holder:
Erick Gunadi Tanjung (2022)
First publication right:
ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik