



**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN PADA PRODUK KREDIT UMUM DI PT.BPR  
MITRA JAYA MANDIRI PUSAT KALISAT**

***ANALYSIS OF SERVICE STRATEGIES ON GENERAL CREDIT PRODUCTS AT PT. BPR  
MITRA JAYA MANDIRI PUSAT KALISAT***

**Siti Masrohatin<sup>1</sup>, Tika Puji Susanti<sup>2</sup>, Yuni Cahya Kurniasih<sup>3</sup>**

<sup>123</sup> Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

<sup>1 2 3</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

<sup>123</sup> sitimasrohatin12@gmail.com, tikafujisusanti@gmail.com, yunicahya335@gmail.com

uinkhasfebikeren@gmail.com

**Article History:**

Received: December 14th, 2023

Revised: February 05th, 2024

Published: February 15th, 2024

**Abstract:** *Service is an action carried out to fulfill the needs of other people (consumers, customers, guests, clients, patients, passengers and others) whose level of satisfaction can only be felt by the person serving and being served. The aim of this activity is to find out service strategies in particular on general credit products at PT BPR Mitra Jaya Mandiri Kalisat Center. The method used in this service is a qualitative method. Collecting qualitative data from observation, interviews and documentation. The results we got from this service are the service strategies used at PT BPR Mitra Jaya Mandiri Kalisat Center for general products using several things including : 1) marketing must know who the targets must be aimed at. 2) Optimizing information media through digitalization. 3) Service excellence. credit at PT BPR Mitra Jaya Mandiri Puat Kalisat.*

**Keywords:** *Strategies, Services and Credit Products*

**Abstrak**

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. tujuan pengabdian ini untuk mengetahui strategi pelayanan khususnya pada produk kredit umum di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode kualitatif.pengumpulan data kualitatif dari observasi,wawancara dan dokumentasi.adapun hasil yang kami dapat dari penagbdian ini adalah strategi pelayanan yang digunakan di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat pada produk umum menggunakan beberapa hal diantaranya :1) Marketing harus tau siapa target yang harus dituju.2) Mengoptimalkan media informasi secara digitalisasi.3) Servic excellen.3).Menjalin hubungan baik dengan nasabah. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini dapat mengetahui strategi pelayanan yang digunakan untuk meningkatkan minat nasabah dalam berkredit di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat.

**Kata Kunci:** Strategi,Pelayanan dan Produk Kredit.

**PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi ini,menuntut semua perusahaan untuk lebih berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaanya sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para

pesaing, khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu jasa perbankan agar bisa mendorong pertumbuhan ekonomi secara optimal dan berkelanjutan untuk meningkatkan peran industri Bank Perkreditan Rakyat (BPR),diperluukkan upaya memperkuat perlembagaan atau perusahaan.

Bank Perkreditan Rakyat atau yang biasa disingkat BPR adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah, dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. Ada pula yang menyebutkan bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR.

Strategi merupakan hal yang berhubungan dengan menetapkan arah bagi pelaku usaha dalam arti sumber daya yang ada dalam pelaku usaha serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan perekonomian.strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.pelayanan adalah salah satu keunggulan kompetitif yang dapat diciptakan perusahaan adalah memfokuskan bisnisnya pada kepuasan konsumen .kepuasan konsumen dapat menciptakan loyalitas konsumen,dimana konsumen akan setia mengkonsumsi/menggunakan jasa perusahaan terus menerus.sedangkan kredit umum sendiri adalah kredit yang ditunjukkan pada debitur secara umum untuk keperluan modal kerja,investasi maupun konsumtif.

Dengan pernyataan tersebut,bank perlu terus berinovasi dalam produk dan mampu memberikan strategi pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.jika produk dan layanannya tidak memenuhi kualitas,maka nasabah dapat dengan mudah meninggalkan,dan beralih ke bank lain.nasabah yang merasa kecewa biasanya akan menyampaika pengalaman buruknya kepada orang lain,sehingga berdampak pada calon nasabah baru akan merasa ragu dan lebih berminat untuk menggunak jasad bank lain.untuk mengantisipasi hal tersebut,tentunya perusahaan akan mengutamakan harga yang sesuai,kualitas produk yang baik,dan pelayannya berorientasi pada pelayannya yang mengutamakan kepuasan pelanggan

## **METODE**

Jenis ini termasuk pengabdian (devotion).pengabdian yaitu suatu yang dilakukan dilapangan atau dilokasi pengabdian tersebut, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi pengabdian untuk menyediakan gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode kualitatif. Dalam pengabdian tersebut penetapan fokus atau masalah yang sesungguhnya baru dapat dirumuskan dala sewaktu pengabdian (Dwi Ratna Pamungkas:2016).

Alasan penulis memilih metode ini untuk lebih menekankan pada nasabah supaya nasabah untuk lebih mengenal program layanan dan produk yang ada di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat . Penulis mengumpulkan data kualitatif dari observasi,wawancara dan dokumentasi.untuk mengetahui situasi dan kondisi dalam kegiatan.pelayanan yang dilaksanakan di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri,serta berbagai unduhan dari Internet seperti artikel , atau jurnal-jurnal terdahulu yang sudah ada untuk memperkuat argumen yang ada pada karya tulis ini (Surahman. E:2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a) Analisis Startegi Pelayanan di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat.**

Pada hasil pengabdian ini akan memaparkan data dan hasil pengabdian dengan permasalahan yang telah dirumuskan,yaitu bagaimana strategi pelayanan pada produk kredit umum di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri.Dalam kegiatan pengabdian analisis strategi pelayanan yang digunakan di BPR ini sangat penting sekali karena melibatkan penilaian dan evaluasi terhadap berbagai aspek yang berkaitan penyediaan layanan kepada nasabah. Fungsi BPR tidak hanya sekedar menyalurkan kredit kepada para pengusaha mikro, kecil dan menengah, tetapi juga menerima simpanan dari masyarakat. Dalam penyaluran kredit kepada masyarakat menggunakan prinsip 3T, yaitu Tepat Waktu, Tepat Jumlah, Tepat Sasaran, karena proses kreditnya yang relatif cepat, persyaratan lebih sederhana, dan sangat mengerti akan kebutuhan Nasabah. Dikenal dengan motto “**Mitra Usaha Anda**”, kami siap melayani masyarakat dengan berbagai produk dan layanan perbankan. Dengan

fungsi pokok menghimpun dan menyalurkan dana, kami memfokuskan usaha pada layanan kredit mikro.

Tujuan pelayanan di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri meliputi pemberian layanan yang berkualitas tinggi,meningkatkan kepuasan nasabah.menjadi mitra strategi dalam memajukan sector riil,memberikan nilai optimal bagi para pemangku kepentingan,serta mengumpulkan dana masyarakat dam bentuk deposito berjangka atau tabungan.selain itu BPR juga bertujuan untuk mengembangkan strategi pelayanan dan kinerja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan,sehingga pelanggan akan melakukan transaksi/pembelian berulang,yang pada gilirannya akan menurunkan biaya pemeliharaan pelanggan.Adapun pelayanan yang dilakukan di bank pengkreditan rakyat (BPR):

- 1 Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- 2 Memberikan kredit.
- 3 Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah,sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- 4 Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.



**Gambar 1. Penjelasan strategi pelayanan**

**b) Sistem Strategi Pelayanan Khususnya Pada Kredit Umum di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat**

Berdasarkan informasi yang di dapat ([www.e-dukasi.net](http://www.e-dukasi.net), 23 Maret 2008), Kata kredit berasal dari bahasa latin *Credere* berarti kepercayaan, jadi kredit yaitu memberikan benda, jasa, uang, sekarang dengan pembayaran atau balas jasa di kemudian hari. Rollin G. Thomas mendefenisikan bahwa kredit adalah kepercayaan atas kemampuan si peminjam untuk membayar sejumlah uang pada masa yang akan datang.

Tujuan utama pengelolaan kredit adalah untuk mematuhi ketentuan peraturan perbankan, mempertahankan sumber daya manusia, mempertahankan aset bank, dan menggunakan kredit secara lebih terarah (Yusuf & Al Arif, 2015). Dapatkan pinjaman bank yang sehat untuk memberikan kepercayaan kepada calon debitur akan keamanan dananya. Tujuan dari manajemen kredit adalah untuk mengidentifikasi masalah operasional secara tepat waktu, mengambil tindakan pencegahan atau perbaikan sebelum masalah berkembang, memastikan bahwa peminjam menggunakan kredit sesuai dengan tujuan awal, dan pinjaman sesuai dengan rencana. Termasuk menciptakan lingkungan untuk kredit. : Meningkatkan atau memperkuat layanan perbankan dan memperluas operasional perbankan. Definisi tanggung jawab, manajemen fisik, mekanik dan elektronik, pemisahan tugas dan dokumen, dan tinjauan pengendalian internal adalah prinsip-prinsip manajemen kredit. Tindakan manajemen kredit adalah tindakan operatif dan kehati-hatian.

Jenis kredit yang biasa diberikan oleh hampir semua bank adalah:

1) Kredit Modal Kerja (KMK)

Pinjaman untuk membiayai pembelian dan penambahan barang atau modal kerja dalam rangka pelebaran, peremajaan, atau pengembangan usaha.

2) Kredit Komsumtif (KK)

Kredit yang diberikan bank kepada pihak ketiga/perorangan (termasuk karyawan bank sendiri) untuk keperluan konsumsi berupa barang dan jasa dengan cara membeli, menyewa atau dengan cara lain.

3) Kredit Investasi (KI)

Merupakan kredit jangka panjang (lebih dari satu tahun) dengan jangka waktu dan angsuran yang disesuaikan dengan kemampuan arus kas perusahaan, yang dapat

digunakan untuk membiayai pembangunan atau perluasan gedung, pembelian mesin dan alat produksi, serta investasi usaha lainnya.

strategi pelayanan pada produk kredit umum, jadi untuk dibagian produk kredit umum ini di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri mempunyai divisi dimana divisi tersebut artinya macam-macam perorangan dibidangnya masing-masing, semisal memperjuangkan atau memasarkan produknya ialah bagian marketing, jadi strategi pelayanan yang digunakan di PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat pada produk umum menggunakan beberapa hal diantaranya :

- 1 Marketing harus tau siapa target yang harus dituju

pengetahuan tentang target pelayanan dapat membantu marketing dalam pengembangan produk kredit umum dan inovasi, jadi, dengan memahami siapa target pelayannya, marketing dapat menyesuaikan penawaran pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan keinginan mereka. misal ada deposit atau orang yang membutuhkan dana maka marketing harus memilih target orang yang membutuhkan dana tersebut dalam pelayanan pada produk kredit umum. dengan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh target marketing dapat mengidentifikasi peluang untuk menciptakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik.

- 2 Mengoptimalkan media informasi secara digitalisasi

Di zaman yang sudah digitalisasi ini dimana orang sudah menggunakan alat elektronik untuk mengetahui atau mencari informasi termasuk di PT BPR mitra jaya mandiri tentunya bisa memanfaatkan digital seperti facebook, instagram, tik tok dan media sosial lainnya, dengan melalui platform tersebut dapat memberikan akses yang mudah bagi nasabah untuk mengakses informasi terkait kredit umum.

- 3 Servis excellen

- 1) Berorientasi pada kebutuhan nasabah

kredit di PT.BPR mitra jaya mandiri ini tidak hanya modal kerja saja tetapi berorientasi pada kebutuhan nasabah yang dimaksud adalah nasabah membutuhkan apa saja mulai dari itu investasi, modal

usaha, atau konsumtif itu juga tersedia. Jadi PT. BPR Mitra Jaya Mandiri ini bisa memenuhi kebutuhan apa yang diperlukan oleh nasabah berupa kredit modal kerja, kredit konsumtif, dan kredit investasi.

2) Proaktif dan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan

Proaktif dan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan adalah kualitas yang sangat dihargai dalam berbagai bidang, terutama layanan nasabah, bisnis, dan organisasi. Jadi ketika karyawan PT. BPR Mitra Jaya Mandiri sudah mempunyai atau menerapkan hal tersebut maka mereka bisa menjalin hubungan baik dengan nasabah.

4 Menjalinkan hubungan yang baik dengan nasabah

Setiap bank memiliki strategi pelayanannya masing-masing dan sebisa mungkin memiliki pelayanan yang paling baik dibandingkan bank lainnya. Dengan demikian, adanya pelayanan yang baik yang diberikan oleh karyawan bank, masyarakat akan datang dengan sendirinya dan ingin menabung atau menjadi nasabah di bank tersebut.



**Gambar 1. strategi pelayanan kredit umum**

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian di atas, pengabdian akan memaparkan apa yang dapat disimpulkan:

Analisis Strategi Pelayanan yang digunakan di BPR Mitra Jaya Mandiri berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa PT. BPR Mitra Jaya Mandiri pusat kalisat

telah menerapkan empat strategi pelayanan yaitu Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu, Memberikan kredit, Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

Sedangkan strategi yang digunakan dalam pelayanan khususnya diproduk kredit umum PT.BPR mitra jaya mandiri pusat kalisat menerapkan empat pelayanan yaitu marketing harus tau siapa target yang harus dituju, Mengoptimalkan media informasi secara digitalisasi, Servic excellen, menjalin hubungan baik dengan nasabah.

## **PENGAKUAN**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengabdian ini. Terima kasih kepada PT.BPR Mitra Jaya Mandiri Pusat Kalisat yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan pengabdian di lembaganya. Kami juga berterima kasih kepada seluruh responden yang telah memberikan informasi yang sangat berharga untuk keberhasilan pengabdian ini. Akhirnya, terima kasih kepada keluarga dan teman-teman kami yang memberikan dukungan dan semangat dalam pengabdian ini. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat dan calon nasabah.

## **DAFTAR REFERENSI**

- BPR Bank Jombang Perseroda (2024), Jombang, Jawa Timur
- BPR SADANA Solusi Keuangan Terpercaya "Kredit Modal Kerja" Denpasar (2020)
- Dido Surayin. "Prosedur Pelayanan Penyaluran Kredit Pada BPR Pekanbaru" (2010)
- Dwi Ratna Pamungkas. "Strategi Pelayanan Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah Tbk Dalam Peningkatkan Loyalitas Nasabah Di Mms Kerosono, Ngajuk, Jawa Timur" Jurnal Ilmu Manajemen (2016), Vol.5, No.3
- Otoritas Jasa Keuangan "Bank Perkreditan Rakyat" (2017), Jakarta 10710
- Profil Perusahaan PT.BPR MITRA JAYA MANDIRI (2024), Kalisat Jember.
- PT BPR Aruna Nirmaladuta (2017), Bali

PT.BPR Bank Buleleng 45 (Perseroda) (2020),Bali

Riska Ramayana Simbolon.”Analisis Strategi Pinjaman Kredit Dan Pengendalian Kredit Dalam Upaya Menciptakan Bank Yang Sehat”Jurnal Ekonomi,Koperasi Dan Kewirausahaan (2023),Vol.14,No.3

Septi Handayani,Desi Isnaini,Nonie Afranty. “Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Took My Love Kota Bengkulu)”Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis (2023),Vol.11 No.2

Siti Masrohatin,Siti Mutmainah,Lailatul Mukarommah,Dan Yeni Fatika Dewi. “Peran Sosialisasi Ketaspenan Untuk Mengetahuiprogram Layanan Dan Produk Pada Pt.Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Jember”Jurnal Pengbdian Masyarakat (2023),Vol.3 No.4