

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga memenangkan persaingan tersebut. Kepuasan konsumen memegang peranan sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Adanya perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen yang apabila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan maka akan menyebabkan konsumen akan mencari perusahaan lain yang lebih memenuhi harapan konsumen.

Seiring dengan berkembangnya zaman, banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis jasa. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi konsumen, salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah perbankan. Perusahaan perbankan hadir guna memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan perbankan untuk bersaing satu sama lain untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa perbankannya.

Sebagai bentuk usaha untuk mempertahankan nasabah, bank harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut dapat mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkan baik tidaknya bank tersebut di mata nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi suatu keputusan

nasabah terhadap suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa.

Untuk mengetahui keputusan konsumen dapat dilihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah fasilitas. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu perusahaan jasa, maka sebaiknya perbankan atau perusahaan yang bergerak dibidang jasa memperhatikan fasilitas-fasilitas yang akan digunakan demi memberi kenyamanan bagi nasabah guna mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah nasabah yang membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan adalah lokasi. Semakin mudah suatu perusahaan dijangkau lokasi dari suatu perusahaan akan mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih perusahaan tersebut. Jarak yang dekat dengan pusat keramaian atau mudah diakses adalah hal yang harus diperhatikan perusahaan, dengan begitu konsumen akan lebih menggunakan jasa dari perusahaan yang mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini dapat mempertahankan nasabah untuk terus membeli produk dan jasa perusahaan tersebut.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi keputusan adalah promosi. Dalam mengkomunikasikan produk dan jasa yang akan ditawarkan, perusahaan harus bisa meyakinkan dan mengkomunikasikan atau mengiklankan produk-produk dan jasa-jasanya sehingga nantinya akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi yang baik adalah yang menggunakan segala unsur acuan pemasaran dalam mempengaruhi konsumen.

Selanjutnya faktor produk merupakan faktor yang juga mempengaruhi suatu keputusan. Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi baru pada produk-produk yang ditawarkan perbankan.

Pengembangan dan peningkatan profesional menjadi hal mutlak yang akan berpengaruh dalam memberikan layanan prima kepada nasabah yang merupakan salah satu strategi bisnis untuk memenangkan persaingan bisnis. Layanan prima melakukan pendekatan secara profesional, ramah tamah, kekeluargaan dan menjunjung tinggi etika bisnis.

Bank BPD DIY adalah satu bank yang mengoperasikan sistem komputer dalam kegiatan pelayanan perbankannya. Banyak program pelayanan yang diberikan Bank BPD DIY kepada nasabah, salah satunya adalah kegiatan pemberian kredit kepada nasabah untuk pinjaman modal usaha dan pengajuan kredit. Dalam proses pelayanan proses pengajuan kredit di Bank BPD DIY masih menggunakan aplikasi secara *offline* dan semi komputer.

Hal ini menyebabkan terjadinya kesalahan dalam penginputan data nasabah sehingga banyak data yang tidak bisa diproses langsung ke pihak Bank BPD DIY dikarenakan banyaknya data yang harus diserahkan secara manual oleh pihak nasabah dan sering menimbulkan penumpukan data nasabah yang akan mengajukan kredit.

Banyaknya nasabah Bank BPD DIY yang ingin secepatnya proses pengajuan kredit ini langsung segera di verifikasi oleh pihak Bank BPD DIY tanpa menunggu lama proses validasi tersebut. Sehingga sering terjadinya ricuh dengan kinerja pada karyawan Bank BPD DIY dan dampaknya harus melakukan overtime untuk para karyawan Bank BPD DIY. Menyebabkan para kinerja karyawan Bank BPD DIY kurang optimal dan banyaknya waktu terbuang yang tidak menghasilkan suatu keputusan, sehingga menimbulkan data yang tidak akurat, kurang update dan tidak relevan sehingga proses pelayanan pun akan menjadi terhambat.

Oleh karena itu Bank BPD DIY memerlukan suatu sistem informasi yang dapat menyajikan informasi dengan mudah, cepat dan update dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Proses pengolahan informasi dengan memanfaatkan rancangan pengajuan kredit berbasis web menjadi media yang relevan.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis mengambil judul “Sistem Pendukung Keputusan Pengajuan Kredit Studi Kasus Bank BPD DIY”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat didefinisikan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur pengajuan kredit modal usaha dan pengajuan kredit multiguna di Bank BPD DIY?
2. Bagaimana sistem informasi pengajuan kredit modal usaha dan pengajuan kredit multiguna di Bank BPD DIY yang berjalan saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Merancang prototipe Sistem Pendukung Keputusan Pengajuan Kredit Studi Kasus Bank BPD DIY.
2. Dapat mengimplementasikan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk memudahkan pimpinan Bank BPD DIY dalam pengambilan keputusan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Agar input data transaksional lebih efektif dan efisien.
2. Memudahkan pimpinan memonitoring proses pengajuan kredit modal usaha, pengajuan kredit multiguna secara online sehingga informasi yang didapat dengan mudah, cepat dan update.

1.5 Batasan Masalah

Sistem Pendukung Keputusan ini hanya sebagai alat bantu bagi pihak Bank dalam menentukan siapa yang layak menerima pemberian kredit atau tidak, yang berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh bank. Namun keputusan akhir tetap berada dipihak bank. Dalam hal ini pengambilan data diambil pada Bank BPD DIY Cabang Pembantu Maguwoharjo.