



Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Layanan BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Kendari

Ruspian

Universitas Mulawarman,
Indonesia

***Corresponding author:**

Ruspian, Universitas Mulawarman, Indonesia.

✉ ruspian@fkip.unmul.ac.id

Article Info :

Article history:

Received: July 7, 2025

Revised: September 10, 2025

Accepted: November 25, 2025

Keywords:

customer experience; customer satisfaction; BNI fleksi credit; banking services; service quality

Kata Kunci:

pengalaman pelanggan; kepuasan pelanggan; BNI fleksi kredit; layanan perbankan; kualitas layanan

Abstract

Background: Customer satisfaction is a crucial indicator of service quality in the banking sector, particularly in credit services where customer experience plays a significant role in decision-making. BNI Fleksi Credit is one of the consumer credit products offered by PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk to meet customer financing needs. Understanding customer satisfaction based on service experience is essential to improve service quality and strengthen customer trust.

Aims: This study aims to examine customer satisfaction based on customer experience in the provision of BNI Fleksi Credit facilities at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kendari Branch Office.

Methods: This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews with customers who applied for BNI Fleksi Credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kendari Branch Office. Informants were grouped into three categories: government employees, state-owned enterprise employees, and private sector employees. Data analysis was conducted using descriptive qualitative techniques.

Result: The findings indicate that customers are generally satisfied with the performance of BNI Fleksi Credit services; however, dissatisfaction arises due to limited transparency in credit information provision. Product trust is perceived positively, although customers remain cautious in credit decision-making. Conformance is reflected in customer satisfaction with the accuracy of services and timely credit disbursement.

Conclusion: Customer satisfaction with BNI Fleksi Credit is influenced by service performance, product trust, conformance, serviceability, and perceived quality. Enhancing transparency, improving communication consistency among employees, and reviewing penalty policies are essential to improve overall customer satisfaction.

Abstrak

Latar Belakang: Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting kualitas layanan di sektor perbankan, khususnya dalam layanan kredit di mana pengalaman pelanggan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan. BNI Fleksi Credit merupakan salah satu produk kredit konsumen yang ditawarkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan nasabah. Memahami kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman layanan sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat kepercayaan pelanggan.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kepuasan nasabah berdasarkan pengalaman nasabah dalam pemberian fasilitas BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari.

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan nasabah yang mengajukan BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari. Informan dikelompokkan ke dalam tiga kategori: pegawai pemerintah, pegawai badan usaha milik negara, dan

pegawai sektor swasta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif deskriptif.

Hasil: Temuan menunjukkan bahwa nasabah secara umum puas dengan kinerja layanan BNI Fleksi Credit; namun, ketidakpuasan muncul karena keterbatasan transparansi dalam penyediaan informasi kredit. Kepercayaan produk dipersepsikan secara positif, meskipun pelanggan tetap berhati-hati dalam pengambilan keputusan kredit. Kesesuaian tercermin dalam kepuasan pelanggan dengan keakuratan layanan dan pencairan kredit tepat waktu.

Kesimpulan: Kepuasan pelanggan terhadap BNI Fleksi Credit dipengaruhi oleh kinerja layanan, kepercayaan produk, kesesuaian, kemudahan servis, dan kualitas yang dirasakan. Meningkatkan transparansi, meningkatkan konsistensi komunikasi di antara karyawan, dan meninjau kebijakan penalti sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

To cite this article: Ruspian. (2025). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pengalaman Layanan BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Kendari. *INKUBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7 (2), 96-107. <https://doi.org/10.59261/inkubis.v7i2.91>

PENDAHULUAN

Di sektor perbankan, kepuasan nasabah memainkan peran strategis, karena kualitas layanan secara langsung mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif (Valarie A. Zeithaml et al., 2024). Sukmana, (2022) mendefinisikan kepuasan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sedangkan Kotler, (2007) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja suatu produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan. Definisi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memainkan peran yang menentukan dalam menentukan kepuasan nasabah dan secara langsung mempengaruhi keberlanjutan dan reputasi suatu institusi, khususnya di industri perbankan. Nasabah cenderung merasa puas ketika aspek-aspek seperti suku bunga, prosedur kredit, dan kualitas layanan memenuhi harapan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tidak terbatas pada persepsi kualitas layanan tetapi juga mencakup kualitas produk, harga, dan kondisi situasional. Menurut Matantu, (2020), lima dimensi kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan: nyata, keandalan, responsif, jaminan, dan empati. Alfikri et al. (2025) mengungkapkan bahwa kualitas layanan bank memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Mugova et al. (2025) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan dalam perbankan ritel multi-saluran. Sejalan dengan itu, Fida et al. (2020) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan di bank-bank Islam di Kesultanan Oman, mengonfirmasi pentingnya kualitas layanan sebagai determinan utama kepuasan pelanggan di sektor perbankan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, strategi pemasaran yang berfokus pada inovasi dan penciptaan nilai yang berpusat pada pelanggan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan daya saing jangka panjang. Setiawan, (2024) menekankan pentingnya memahami perilaku konsumen, yang bervariasi sesuai dengan usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan status sosial ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, bank berperan sentral dalam mengelola dana publik dengan mengumpulkan simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit. Pemberian kredit harus dilakukan secara hati-hati berdasarkan prinsip 5C: Karakter, Kapasitas, Modal, Agunan, dan Kondisi Perekonomian. Salah satu elemen penting dalam penyediaan kredit adalah jaminan, yang berfungsi sebagai jaminan jika terjadi wanprestasi. Oleh karena itu, layanan berkualitas tinggi selama proses kredit meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan publik terhadap bank sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

Sebagai perantara keuangan, bank dituntut untuk beroperasi secara profesional, inovatif, dan hati-hati. Layanan yang memuaskan menumbuhkan loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi institusional. Namun, harapan pelanggan telah bergeser; Pelanggan sekarang tidak hanya mencari pemenuhan fungsional tetapi juga pengalaman layanan yang menyenangkan dan bermakna. Oleh karena itu, bank perlu mengadopsi strategi pemasaran pengalaman yang menekankan penciptaan pengalaman positif melalui stimulasi sensorik (indera), keterlibatan

emosional (rasa), keterlibatan kognitif (berpikir), tindakan fisik (tindakan), dan hubungan sosial (berhubungan). Pendekatan ini diyakini dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan.

BNI Fleksi Credit adalah fasilitas kredit yang ditawarkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dan terutama ditujukan untuk PNS. Skema kredit disesuaikan dengan tingkat gaji dan tahun kerja, dan karena gaji PNS dicairkan melalui BNI, proses pengajuan kredit relatif efisien. Namun demikian, prosesnya masih membutuhkan serangkaian evaluasi, termasuk verifikasi data, wawancara, dan analisis kelayakan kredit. Dalam pengambilan keputusan, pelanggan cenderung membandingkan pengalaman aktual mereka dengan harapan mereka. Ketika ekspektasi tidak terpenuhi, pelanggan cenderung berhenti menggunakan produk atau layanan. Sebaliknya, pengalaman positif mendorong loyalitas pelanggan dan penggunaan berulang. Shankar et al. (2020) menunjukkan bahwa praktik *electronic word of mouth* memiliki kontribusi signifikan terhadap adopsi *mobile banking*, mengindikasikan pentingnya pengalaman positif pelanggan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan layanan perbankan digital. Ini menyoroti pentingnya memahami pengalaman pelanggan dalam merumuskan strategi layanan yang efektif.

Studi sebelumnya telah menunjukkan pentingnya kepuasan pelanggan. Misalnya, Ningsih, (2021) menemukan kesenjangan layanan dalam keandalan, kepastian, dan empati di Bank Muamalat di Kota Bengkulu. Penelitian yang meneliti pengalaman pelanggan dalam pengambilan keputusan kredit, terutama melalui pendekatan kualitatif, masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan studi mendalam yang menggunakan pendekatan fenomenologis untuk menangkap pengalaman hidup dan respons emosional pelanggan secara lebih komprehensif. Pendekatan ini sangat relevan mengingat karakteristik layanan yang disediakan oleh bank konvensional dan Islam. Pengalaman pelanggan melampaui aspek layanan teknis untuk mencakup pengalaman emosional dan psikologis selama interaksi dengan produk dan layanan perbankan. Akibatnya, pemahaman yang mendalam tentang gaya hidup dan preferensi pelanggan sangat penting untuk menciptakan layanan yang memuaskan. Kim et al. (2025) mengembangkan model struktural untuk nilai yang dipersepsikan pelanggan dalam layanan *e-banking*, menunjukkan bahwa persepsi nilai pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan digital yang diberikan.

Sementara itu, Palamidovska-Sterjadovska et al. (2025) menekankan pentingnya kualitas layanan dalam *mobile banking*, dimana dimensi kualitas layanan *mobile banking* memiliki implikasi signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bukti empiris menunjukkan bahwa industri perbankan sangat bergantung pada kepercayaan publik. Dalam keputusan kredit, nasabah semakin selektif dalam memilih bank yang menawarkan keamanan, transparansi, suku bunga yang kompetitif, dan layanan berkualitas tinggi. Bank dengan prosedur transparan, layanan yang ramah, dan suku bunga yang kompetitif lebih mungkin disukai.

Suku bunga sendiri memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan kredit pelanggan. Suku bunga yang tinggi mendorong perilaku menabung, sementara suku bunga yang lebih rendah meningkatkan kesediaan nasabah untuk meminjam karena berkurangnya beban cicilan. Oleh karena itu, manajemen suku bunga yang efektif secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor teknis, seperti prosedur kredit dan suku bunga, dan faktor non-teknis, termasuk pengalaman emosional selama interaksi bank. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengkaji lebih lanjut kepuasan nasabah dalam konteks BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif menekankan pengamatan langsung dalam lingkungan alami, di mana peneliti terlibat aktif di lapangan sebagai instrumen penelitian utama. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi lapangan, mengkategorikan perilaku yang diamati, mengidentifikasi fenomena yang muncul, dan secara sistematis mencatat temuan dalam catatan observasi.

Sifat deskriptif dari penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data terperinci dan terkini yang secara akurat menggambarkan fenomena yang ada, mengidentifikasi masalah, dan memeriksa kondisi aktual yang terkait dengan fokus penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan disajikan dalam bentuk kualitatif, berdasarkan isi materi wawancara.

Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menghasilkan data deskriptif berupa narasi tertulis atau lisan yang berasal dari perilaku yang dapat diamati dan pengalaman peserta. Pendekatan ini sangat tepat untuk memeriksa kepuasan nasabah berdasarkan pengalaman nasabah dalam penyediaan fasilitas BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari.

Subjek Penelitian dan Informan

Objek penelitian ini adalah kepuasan nasabah berdasarkan pengalaman nasabah dalam pemberian fasilitas BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari, yang berlokasi di Jl. DR. Moh. Hatta, Sodohoa, Kendari Barat, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Subjek penelitian terdiri dari nasabah yang mengajukan BNI Fleksi Credit di Kantor Cabang Kendari.

Informan dipilih menggunakan purposive sampling untuk memastikan bahwa peserta memiliki pengalaman langsung dengan proses pengajuan kredit. Informan utama adalah pelanggan yang mewakili tiga kategori pekerjaan: pegawai pemerintah, pegawai badan usaha milik negara, dan karyawan sektor swasta. Kategori ini dipilih untuk menangkap beragam pengalaman dan perspektif pelanggan yang terkait dengan proses layanan kredit.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif, terutama melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan BNI Fleksi Credit. Wawancara semi-terstruktur, memungkinkan fleksibilitas bagi informan untuk menguraikan masalah yang mereka anggap penting.

Selain wawancara, dilakukan observasi untuk memahami lingkungan layanan dan interaksi antara staf bank dan nasabah selama proses kredit. Dokumen yang relevan, seperti prosedur pelayanan dan materi informasi terkait BNI Fleksi Credit, juga ditinjau untuk mendukung dan melakukan triangulasi data wawancara dan observasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Rekaman wawancara ditranskripsikan kata demi kata dan dianalisis dengan mengidentifikasi tema berulang yang terkait dengan kepuasan pelanggan dan pengalaman pelanggan. Proses analisis melibatkan reduksi data, kategorisasi data, dan interpretasi untuk menangkap pola dan makna yang muncul dari narasi informan.

Temuan tersebut kemudian disajikan secara deskriptif dalam bentuk naratif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kepuasan nasabah berdasarkan pengalaman nasabah dalam pemberian fasilitas BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan Prinsip 5C (Karakter, Kapasitas, Modal, Agunan, Kondisi Ekonomi) di Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari

PT. Kantor Cabang Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari melakukan mekanisme penerapan analisis kredit berdasarkan prinsip 5C. Proses analisis kredit ini bertujuan untuk menyediakan fasilitas analisis kredit yang efektif dan efisien dalam konteks pengambilan keputusan kredit yang baik. Dasar penilaian analisis kredit ini didasarkan pada prinsip 5C, yaitu:

Karakter

Karakter adalah keadaan karakter/sifat calon debitur, baik dalam kehidupan pribadi, maupun dalam lingkungan usaha. Hal ini juga dapat dilihat dari latar belakang debitur, pekerjaan, keadaan keluarga, hobi dan jiwa sosial. Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari karakter sangat penting karena berguna untuk mengetahui sejauh mana kesediaan debitur untuk memenuhi kewajibannya (*willing to pay*) sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan. Karakter ini menjadi faktor kunci bahkan jika calon debitur mampu

melunasi utangnya. Namun, jika Anda tidak memiliki itikad baik, tentu akan ada berbagai kesulitan bagi bank di kemudian hari.

Kantor Cabang PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari memiliki cara untuk mendapatkan gambaran tentang karakter calon nasabah melalui upaya berikut:

1. Meneliti riwayat hidup calon pelanggan
2. Lakukan pemeriksaan data pada SILK. (Sistem Informasi Laporan Keuangan);
3. Memeriksa reputasi pelanggan di lingkungan bisnis atau di mana dia bekerja;
4. Melakukan informasi bank ke bank;
5. Mencari informasi kepada asosiasi bisnis di mana debitur berada;

Kapasitas

Kapasitas dalam hal ini adalah penilaian calon debitur mengenai kemampuannya untuk melunasi kewajibannya dari kegiatan usaha yang dilakukannya yang akan dibiayai dengan kredit dari bank. Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. kapasitas Kantor Cabang Kendari bertujuan untuk menilai sejauh mana hasil usaha yang akan diperoleh akan dapat melunasinya tepat waktu sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati, dan kapasitas tersebut juga terkait dengan latar belakang dan pendidikan calon debitur. Mengukur kapasitas calon debitur dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, antara lain pengalaman bisnis (catatan bisnis), riwayat perusahaan yang telah dikelola (pernah mengalami masa sulit atau belum, bagaimana cara mengatasi kesulitan). Kapasitas adalah ukuran kemampuan membayar.

Modal

Modal adalah kondisi kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang dikelolanya, baik efektif maupun tidak menggunakan modal tersebut. Kantor Cabang PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari juga melihat laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi), struktur modal, rasio laba yang diperoleh seperti return on equity, return on investment. Pengukuran tersebut juga dapat dilihat dari solvabilitas dan profitabilitasnya. Analisis modal juga diperlukan untuk mengetahui dari mana modal tersebut berasal. Apakah efektif atau tidak dalam menggunakan modal. Persentase modal yang digunakan juga dibutuhkan, berapa banyak modal yang Anda miliki dan berapa banyak modal pinjaman yang Anda pinjam. Dari kondisi di atas, dapat dinilai apakah layak bagi nasabah untuk diberikan pembiayaan, dan beberapa plafon pembiayaan yang layak untuk diberikan.

Agunan

Agunan adalah jaminan yang diberikan oleh calon nasabah, baik fisik maupun non fisik. Agunan harus melebihi jumlah kredit yang diinginkan. Intinya, bentuk agunan tidak hanya berupa material tetapi juga agunan tidak berwujud, seperti jaminan pribadi (bortogch), surat jaminan, dan rekomendasi. Penilaian agunan ini dapat ditinjau dari 2 (dua) aspek, yaitu:

1. Aspek ekonomi adalah nilai ekonomi dari barang yang akan digunakan.
2. Secara yuridis, apakah agunan tersebut memenuhi persyaratan yuridis untuk digunakan sebagai jaminan. Penjaminan yang diterima oleh Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari berupa kendaraan, tanah dan bangunan, peralatan, peralatan (mesin), persediaan, sertifikat SHU, sertifikat SGB. Di Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari agunan yang paling dominan dalam penilaian pengajuan kredit adalah surat keputusan kerja.

Kondisi ekonomi

Dalam memberikan kredit kepada Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari juga melihat kondisi ekonomi, sosial dan politik. Penilaian kondisi atau prospek di bidang usaha yang dibiayai benar-benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan kredit bermasalah relatif kecil. Ada bisnis yang sangat bergantung pada kondisi ekonomi, oleh karena itu perlu dikaitkan kondisi ekonomi dengan bisnis calon debitur. Permasalahan kondisi ekonomi erat kaitannya dengan faktor politik, peraturan perundang-undangan negara bagian dan perbankan pada saat itu serta keadaan lain yang mempengaruhi pemasaran seperti gempa bumi, tsunami, tanah longsor, banjir. Misalnya, beberapa waktu lalu terjadi gejolak ekonomi negatif dan membuat nilai tukar rupiah sangat rendah, hal ini menyebabkan bank menolak segala bentuk investasi dan pinjaman konsumtif.

Permasalahan yang timbul dalam pemberian kredit tanpa jaminan BNI Flexi di Bank BNI

Lending merupakan kegiatan utama bank yang mengandung risiko yang dapat mempengaruhi kesehatan dan kelangsungan bisnis bank. Sehingga dalam pelaksanaannya harus didasarkan pada prinsip kredit yang sehat dan menguntungkan bagi bank, konsisten dan berkelanjutan serta menjalankannya dengan prinsip 5 C, yaitu; Karakter, Kapasitas, Modal, Agunan, Kondisi ekonomi.

Dalam pelaksanaan pemberian kredit meskipun telah melalui analisis dan penggunaan prinsip 5 C, masih tidak jarang timbul masalah yang dapat terjadi dalam aktivitas perbankan. Dimana hampir tidak mungkin semua pinjaman yang disalurkan berjalan 100% dengan baik. Sehingga tidak sedikit bank yang akan menghadapi kredit bermasalah yang menjadi risiko yang dihadapi oleh bank, tentunya bank akan mengalami kerugian jika masalah tersebut muncul dalam penyaluran kredit tanpa jaminan BNI Flexi. Berikut ini adalah permasalahan yang dihadapi Bank BNI Cabang Kota Kendari dalam memberikan BNI Flexi Kredit Tanpa Agunan :

Pinjaman tanpa jaminan BNI Flexi, seringkali nasabah mengalami keterlambatan dalam membayar pokok dan cicilan bunga, kejadian tersebut disebabkan oleh:

1. Perseroan terlambat membayar gaji kepada karyawan Keterlambatan pembayaran gaji oleh perusahaan juga akan berdampak pada kelangsungan pembayaran cicilan bagi nasabah BNI Flexi.
2. Terjadinya koleksi. Kolektibilitas adalah gambaran umum tentang kondisi pembayaran pokok dan bunga pinjaman serta tingkat kemungkinan menerima kembali pinjaman yang telah diberikan. Kolektibilitas kredit terdiri dari 5 (lima) jenis, yaitu:
 - 1) Kredit saat ini, jika memenuhi kriteria:
 - a) Pembayaran cicilan pokok dan/atau bunga tepat waktu, dan
 - b) Memiliki mutasi akun aktif. Pinjaman tanpa agunan dikatakan lancar jika pembayaran bunga dan cicilan pokok dilakukan dengan lancar setiap bulan sesuai tanggal yang telah disepakati pada awal perjanjian antara Bank BNI dengan Nasabah.
 - 2) Kredit Perhatian Khusus (DPK), jika memenuhi kriteria
 - a) Terdapat tunggakan cicilan pokok dan/atau bunga yang belum melebihi 60 (Enam Puluh) hari, atau
 - b) Mutasi akun yang relatif aktif, atau
 - c) Jarang ada pelanggaran kontrak, atau
 - d) Didukung oleh pinjaman baru. Pinjaman tanpa jaminan dapat dikatakan sebagai kredit dalam perhatian khusus jika dalam 1 hingga 2 bulan mutasi mulai berjalan tidak lancar dan saat itulah debitur mulai menunggak. Oleh karena itu, bank BNI mengatakan bahwa nasabah jenis ini tergolong nasabah dalam perhatian khusus.
 - 3) Kredit tidak lancar, jika memenuhi kriteria:
 - a) Ada tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang telah melebihi 90 (sembilan puluh) hari atau 180 (seratus delapan puluh) hari, atau
 - b) Frekuensi akun relatif rendah, atau
 - c) Ada pelanggaran lebih dari 90 kontrak yang disepakati (sembilan puluh) hari.
 - d) Ada indikasi masalah keuangan debitur.
 - e) Dokumentasi pinjaman yang buruk. Nasabah yang tergolong kredit tidak lancar adalah nasabah yang mutasinya selama 3 bulan atau 6 bulan tidak berjalan dengan baik, ketika pembayaran bunga dan cicilan pokok tidak lancar.
Upaya telah dilakukan tetapi hasilnya masih belum baik.
 - 4) Kredit diragukan, jika memenuhi kriteria:
 - a) Terdapat tunggakan pokok dan/atau bunga angsuran yang melebihi 180 (seratus delapan puluh) hari.
 - b) Telah terjadi gagal bayar lebih dari 180 (seratus delapan puluh) hari.
 - c) Katalisasi bunga terjadi.
 - d) Dokumentasi hukum yang lemah baik untuk perjanjian kredit. Pada BNI yang tergolong kredit, diragukan jika kredit yang sudah tidak berjalan dan telah jatuh tempo belum diselesaikan oleh debitur yang bersangkutan.

- 5) Kredit macet, jika memenuhi kriteria:
- a) Ada tunggakan angsuran pokok dan/atau bunga yang telah melebihi 270 (dua ratus tujuh puluh) hari.
 - b) Kerugian operasional ditanggung oleh pinjaman baru.
 - c) Dalam hal kondisi pasar yang legal dan tidak ada jaminan yang dapat menutupi utang.

Yang tergolong kredit macet pada kredit BNI Fleksi adalah jika kelanjutan upaya penyelesaian kredit atau reaktivasi tidak lancar dan bisnis tidak berhasil, maka kredit tersebut dikategorikan sebagai kredit macet.

Bagaimana mengatasi permasalahan pinjaman tanpa agunan BNI Flex yang dihadapi Bank BNI

Adapun upaya yang dilakukan Bank BNI untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam kredit tanpa agunan BNI Fleksi adalah sebagai berikut:

1. Apabila debitur tidak membayar pada saat jatuh tempo, pihak dari Bank BNI akan mengingatkan melalui SMS yang berisi pesan sebagai berikut: "bahwa nasabah harus segera membayar pada tanggal yang telah ditetapkan, jika debitur telah membayar, abaikan pesan ini."
2. Jika nasabah belum membayar dan telah melewati batas 2 (dua) minggu, maka BNI Collections akan terus mengingatkan melalui telepon setiap hari hingga nasabah membayar cicilan + bunga.
3. Jika nasabah sudah diingatkan dan sudah berkali-kali dipanggil, namun nasabah tidak merespon, maka Bank BNI akan menghubungi tempat kerja nasabah, bahwa karyawan tersebut memiliki tunggakan ke Bank BNI. Sehingga bendahara tempat debitur bekerja akan membayar gaji karyawan kepada Bank BNI tunggakan + bunga.
4. Jika debitur tidak memiliki itikad baik, maka Bank BNI akan mengiriskan personel (debt collector) dari collection loan jakarta untuk mengunjungi rumah nasabah. Untuk berbicara tentang bagaimana kinerja pelanggan tersebut.

Pembahasan

Performa

Berdasarkan hasil penelitian, 4 (empat) informan dari total 9 informan menanggapi bahwa kinerja Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari terkait pemberian fasilitas BNI Fleksi Credit telah merasakan kepuasan karena pelayanan di Kantor Cabang Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari sangat baik dan informan memberikan respon bahwa pelayanan yang diberikan baik, Hal ini terkait dengan penyediaan informasi yang transparan dan karyawan berkomitmen dan bertanggung jawab penuh atas kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Janahi & Al Mubarak (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam perbankan Islam, dimana dimensi responsiveness dan assurance menjadi faktor kunci. Namun, informan lain memberikan tanggapan terkait kinerja Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari terkait pemberian fasilitas BNI Fleksi Credit masih perlu diperhatikan karena sifat dan watak karyawan yang masih belum transparan.

Kinerja adalah gambaran tentang tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan tujuan, sasaran, misi, visi dan organisasi. Pada dasarnya, pengertian kinerja berkaitan dengan tanggung jawab individu atau organisasi dalam melaksanakan apa yang menjadi kewenangan dan tanggung jawabnya. Sehingga hasil penelitian disimpulkan bahwa dalam aspek kinerja, persepsi informan bahwa penilaian kinerja pelayanan di Kantor Cabang Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari baik dan informan juga memberikan persepsi yang sangat baik dan pada tahap yang sangat memuaskan. Namun, ada informan yang juga memberikan persepsi bahwa tidak semua karyawan dapat memuaskan pelanggan. Sifat dan disposisi karyawan Kantor Cabang Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari yang akan dipertimbangkan dalam mengambil BNI Flexi Loans dianggap sangat baik sehingga karyawan memiliki komitmen dan kelancaran dalam akuntansi fasilitas BNI Flexi Credit. Sehingga kinerja disimpulkan bahwa jika kinerja aktual dari produk memberikan hasil yang sama atau melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas atau sebaliknya. Kinerja sebagai hasil yang dirasakan. Jika harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, nilai menggunakan kredit atau mengonsumsi suatu produk,

maka kinerja adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengonsumsi produk yang digunakan.

Sejalan dengan teori dari Jakaria, (2024), disebutkan bahwa *Performance* mengacu pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut terukur, dan aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasarkan pada preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

Keandalan Produk

Kepercayaan produk terhadap pemberian BNI Fleksi Credit dari 3 (tiga) dari total informan menyatakan bahwa kepuasan telah dirasakan dalam hal ini risiko yang dirasakan oleh nasabah tidak ada, karena PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari menekankan kepercayaan kepada nasabah. Namun, informan lain tidak puas, dikarenakan Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari memberikan denda kepada nasabah jika terlambat membayar. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kepercayaan produk terkait pengambilan pinjaman BNI Fleksi memiliki risiko dalam penggunaannya, informan memberikan mayoritas jawabannya adalah tidak, namun Ekocahyo Saputra selaku pegawai BUMN memberikan tanggapan bahwa mengambil kredit BNI Fleksi memiliki risiko dalam penggunaannya, Tentu ada penalti yang diterapkan jika ingin melunasinya tetapi semuanya dikembalikan kepada orang tersebut. Dalam penelitian ini, kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi keandalan dari perspektif pelanggan berdasarkan pengalaman atau pemenuhan harapan terhadap kinerja produk. Kepercayaan merek adalah variabel psikologis yang mencerminkan sejumlah akumulasi awal yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan kebajikan yang melekat pada merek tertentu. Kepercayaan pada suatu merek adalah kesediaan seseorang untuk bergantung pada suatu merek dan risikonya karena harapan bahwa merek tersebut akan memberikan hasil yang positif.

Mundir, (2022) menyatakan bahwa kepercayaan produk yang memiliki kualitas yang sama namun menetapkan kepercayaan yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Kepercayaan produk adalah persepsi keandalan dari sudut pandang pelanggan berdasarkan pengalaman, atau lebih tepatnya pada urutan transaksi atau interaksi yang ditandai dengan pemenuhan harapan untuk kinerja dan kepuasan produk. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani, (2024) yang menyimpulkan bahwa cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan tertentu yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukuran, yaitu mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa kompetitor.

Kesesuaian

Kesesuaian Kantor Cabang PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kendari dalam memberikan BNI Flexi Credit dari total 9 (sembilan) informan menyatakan bahwa pendapatan tersebut sesuai dalam menentukan pengambilan BNI Flexi Credit, karena PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Kendari memberikan kesesuaian kepada nasabah yang sangat puas biasanya akan tetap setia dalam jangka waktu yang lama, Serta membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, selain itu dia akan berbicara tentang hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, mereka tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu peduli dengan harga

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa aspek kesesuaian jika dilihat berdasarkan pendapatan nasabah tepat dalam menentukan pengambilan kredit BNI Fleksi sebagai respon agar sesuai untuk pengajuan kredit, karena BNI memiliki kriteria kandidat yang akan memperoleh kredit BNI Fleksi sehubungan dengan kesesuaian suatu produk yang ditawarkan melalui fasilitas BNI Fleksi, keakuratan tanggapan oleh informan sudah akurat, Namun, informan atas nama Akbar selaku pegawai pemerintah menanggapi bahwa dirinya tidak memahami apa tingkat akurasi melalui fasilitas BNI Fleksi dan apa yang dimaksud dengan akurasi

Vernando, (2024) menyatakan bahwa kesesuaian terkait kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industri Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian, termasuk perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lainnya. Kesesuaian adalah

sejauh mana karakteristik desain dan pengoperasian memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi target yang dijanjikan.

Serviceability

Serviceability ditanggapi dengan memuaskan dari total 9 (sembilan) informan, 5 (lima) di antaranya menyatakan bahwa karyawan sangat mahir di fasilitas tersebut sehingga mampu menjelaskan dengan tepat dan karyawan mampu memberikan arahan mengenai produk BNI Flexi. Sementara itu, informan lain masih belum puas, karena tidak semua karyawan mampu menjelaskan produk BNI Flexi. Dilihat dari kemampuan karyawan dalam memahami nasabah jika terdapat keluhan tentang fasilitas kredit BNI Fleksi, dari total 9 (sembilan) informan maka seluruh informan puas, karena karyawan mampu memahami nasabah jika ada keluhan tentang fasilitas kredit BNI Fleksi dan karyawan berkomunikasi dengan baik dengan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa aspek kemampuan servis (*Serviceability*) juga dapat disebut sebagai kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk yang akan diperbaiki. Hasil penelitian mengenai karyawan yang memiliki kemampuan menjelaskan fasilitas kredit BNI Flexi direspons dengan baik oleh informan, namun Akbar selaku pegawai pemerintah menjawab bahwa tidak semua karyawan mampu memberikan arahan terkait produk BNI Flexi. Pemahaman karyawan dalam memahami nasabah jika ada keluhan fasilitas kredit BNI Fleksi baik karena karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dan memberikan arahan jika nasabah kesulitan melakukan transaksi. Sehingga ekspektasi pelanggan dari waktu ke waktu tumbuh, dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan, dan meningkatnya pengalaman pelanggan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Nasution, (2021) menyatakan bahwa *serviceability* juga dapat disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk ditingkatkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya memperhatikan penurunan kualitas produk, tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan layanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi layanan perbaikan kerusakan produk dan layanan lainnya. Kemampuan layanan juga dapat disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk ditingkatkan. Dimensi ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya memperhatikan penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan layanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi layanan perbaikan kerusakan produk, dan layanan lainnya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Oktaria, (2023) yang menyimpulkan bahwa cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan tertentu yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukuran, yaitu mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa kompetitor.

Kualitas yang dirasakan

Kualitas yang dirasakan dari kredit BNI Fleksi adalah setelah mengambil kredit BNI Fleksi, ada 5 (lima) informan yang memberikan jawaban yang memuaskan, dikarenakan kredit BNI Fleksi mudah diberikan meskipun ada persyaratan untuk mendapatkan kredit tersebut (Sumarno et al., 2022). Namun, informan lain juga menanggapi bahwa untuk mendapatkan kredit BNI Fleksi harus mendapatkan informasi, hal ini karena mereka mengantisipasi informasi yang diperoleh dengan realitas yang ada. Pelanggan tidak selalu memiliki informasi lengkap tentang atribut produk (layanan). Namun, umumnya pelanggan memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen. Daya tahan produk, misalnya, bisa sangat penting dalam mengukur kualitas produk.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa aspek mutu yang dirasakan (dirasakan) terkait setelah mengambil kredit BNI Fleksi ada manfaat yang dirasakan oleh Informan atas nama Rian Suhendra, Akbar, Jasuwi dan Andi Besse memberikan jawaban bahwa banyak manfaat yang dirasakan setelah mengambil kredit BNI Fleksi dari manfaat tersebut informan mencari informasi sebelum mengambil kredit BNI Fleksi namun informan atas nama Muhammad Ali Akbar sebagai Karyawan BUMN Menanggapi bahwa agak kecewa ketika ingin menebus apa yang dikatakan karyawan di masa lalu ketika pencairan tersebut tidak sesuai dengan apa yang disampaikan

dimana denda pinjaman sebesar 200 juta sangat mahal, sehingga bank harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di target pasar. Dalam hal ini, kualitas produk berarti kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta karakteristik lain yang menunjukkan nilainya. Meskipun beberapa sifat ini dapat diukur secara objektif, dari sudut pandang pemasaran, kualitas harus diukur sesuai dengan persyaratan persepsi pelanggan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan ekspektasi. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerjanya di bawah ekspektasi, maka pelanggan akan kecewa, jika kinerjanya sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja, yaitu evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk/layanan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan memiliki tiga antecedent, yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan.

Secara umum, ekspektasi pelanggan adalah perkiraan kepercayaan pelanggan tentang apa yang akan dia terima jika dia membeli atau mengonsumsi suatu produk/layanan. Sementara itu, kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan tentang apa yang dia terima setelah mengonsumsi produk yang dibeli. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap lembaga produsen / penyedia layanan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup institusi, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas dengan produk/layanan cenderung membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan layanan yang selama ini mereka rasa puas dengan kinerja layanannya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Oktaria, (2023) yang menyimpulkan bahwa cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan tertentu yang ditawarkan. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukuran, yaitu mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang bersangkutan, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa kompetitor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan pelanggan terhadap produk kredit BNI Fleksi menunjukkan kondisi yang bersifat kompleks dan saling berkaitan antarindikator. Pelanggan pada umumnya merasa puas terhadap kinerja produk karena kredit BNI Fleksi dinilai mampu membantu memenuhi kebutuhan konsumtif. Namun demikian, kepuasan tersebut belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat ketidakpuasan terhadap aspek layanan, khususnya terkait kurangnya transparansi informasi mengenai proses dan ketentuan pengambilan kredit. Kondisi ini menyebabkan pelanggan merasa perlu berhati-hati dan penuh pertimbangan sebelum memutuskan untuk mengambil kredit, meskipun tingkat kepercayaan terhadap produk secara umum tergolong cukup baik.

Dari aspek kesesuaian, kepuasan nasabah tercermin pada keselarasan antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan pelanggan, terutama melalui fasilitas BNI Fleksi yang dinilai tepat guna. Selain itu, ketepatan waktu pencairan pinjaman tanpa adanya keterlambatan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan proses operasional berperan besar dalam membentuk kepuasan nasabah. Selanjutnya, dari sisi *serviceability*, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan mengenai fasilitas kredit BNI Fleksi serta sikap komunikasi yang sopan dan ramah. Namun, temuan penelitian juga menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam kualitas layanan, di mana tidak semua karyawan dinilai memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan bagi sebagian pelanggan dan berpotensi memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Sementara itu, dari aspek kualitas yang dirasakan, pelanggan mengakui manfaat yang diperoleh dari produk kredit BNI Fleksi, tetapi kepuasan tersebut berkurang akibat tingginya denda keterlambatan pembayaran kredit yang dianggap memberatkan. Dengan demikian, meskipun produk memberikan manfaat nyata, aspek biaya dan transparansi layanan masih menjadi catatan penting yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari, yang telah memberikan izin penelitian dan dukungan penuh selama proses pengumpulan data. Terima kasih khusus kepada pihak manajemen dan staf *Customer Service* yang telah memfasilitasi akses ke informan dan menyediakan informasi terkait produk BNI Fleksi Credit. Apresiasi yang mendalam diberikan kepada seluruh informan, khususnya nasabah BNI Fleksi Credit dari kalangan pegawai negeri sipil, pegawai BUMN, dan pegawai swasta yang dengan terbuka berbagi pengalaman dan perspektif mereka terkait layanan kredit. Kontribusi mereka sangat berharga dalam memberikan pemahaman komprehensif mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman nyata dalam menggunakan fasilitas BNI Fleksi Credit.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mulawarman yang telah menyediakan dukungan akademik, fasilitas penelitian, dan lingkungan intelektual yang kondusif bagi pengembangan penelitian ini. Penghargaan khusus ditujukan kepada dewan redaksi dan reviewer INKUBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan masukan konstruktif, saran perbaikan metodologis, dan kritik membangun yang sangat berharga dalam meningkatkan kualitas dan kedalaman analisis artikel ini. Terima kasih juga kepada rekan-rekan sejawat di bidang ekonomi, manajemen, dan perbankan yang telah memberikan diskusi intelektual yang memperkaya perspektif dan analisis penelitian. Dukungan dari komunitas akademik sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini. Akhirnya, penulis menyampaikan apresiasi yang tulus kepada keluarga atas dukungan moral, kesabaran, dan pengertian yang diberikan selama proses penyelesaian penelitian dan penulisan artikel ini.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Ruspian bertanggung jawab penuh atas konseptualisasi dan desain penelitian kualitatif deskriptif, pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan sistematis, analisis data kualitatif dengan pendekatan triangulasi, interpretasi temuan berdasarkan prinsip 5C (Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition of Economy), dan penyusunan naskah komprehensif dari pendahuluan hingga kesimpulan. Penulis merancang kerangka metodologi penelitian dengan pendekatan purposive sampling untuk mengidentifikasi informan kunci yang memiliki pengalaman langsung dengan fasilitas BNI Fleksi Credit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Kendari. Dalam tahap pengumpulan data, penulis melakukan wawancara terstruktur dengan sembilan informan nasabah dan tiga pejabat bank untuk mendapatkan perspektif komprehensif mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman layanan kredit.

Proses analisis dilakukan dengan teknik analisis kualitatif deskriptif, membandingkan hasil wawancara, observasi langsung proses pelayanan, dan dokumentasi kebijakan kredit bank. Penulis bertanggung jawab atas validasi temuan melalui member checking dengan informan untuk memastikan akurasi interpretasi pengalaman nasabah. Seluruh proses penulisan, mulai dari penyusunan kerangka teoretis, tinjauan pustaka komprehensif, metodologi penelitian, analisis hasil dan pembahasan, hingga penarikan kesimpulan dilakukan secara independen dengan mengintegrasikan teori kepuasan pelanggan Garvin dan literatur perbankan kontemporer yang relevan untuk penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri, R., Rininda, B., Nadiar, R., Hayatie, M., & Suwarno, T. (2025). Satisfied and loyal customers: Unveiling the role of bank service quality. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 5(2), 196–202. <https://doi.org/10.55677/ijssers/V05I02Y2025-09>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2), 2158244020919517. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Fitriyani, F., Hendrianto, H., & Pefriyadi, P. (2024). Pengaruh bauran pemasaran produk Kur Syariah terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi pelanggan di Pt. cabang Curup Pegadaian. *Institut Keagamaan Islam Negara Curup*.
- Janahi, M. A., & Al Mubarak, M. M. S. (2017). The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 595-604. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2015-0049>
- Jakaria, R. B., Iswanto, I., Widodo, E., & Kusumawardani, P. A. (2024). Perspektif Desain Produk: Merancang Atribut Produk. *Pers Umsida*, 1–64.
- Kim, L., Jindabot, T., Yeo, S. F., & Wichianrat, K. (2025). A structural model for customer perceived value in e-banking service. *Vision*, 29(1), 02560909251348705. <https://doi.org/10.1177/02560909251348705>
- Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran* (edisi ke-12). Sungai Saddle Atas, NJ: Aula Pearson Prentice.
- Matantu, RN, Tampi, DL, & Mangindaan, JV (2020). Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Produktivitas*, 1(4), 355–360.
- Mugova, S., Kiliswa, N. G., & Mashizha, M. (2025). The mediating role of customer satisfaction in the relationship between service quality and customer loyalty in multi-channel retail banking. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2514937.
- Mundir, A., Nizar, M., & Athiroh, DR (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Kepercayaan dalam Penggunaan Aplikasi Mobile Banking terhadap Mahasiswa sebagai Nasabah Bank Syariah di Universitas Yudharta Pasuruan. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 1–17.
- Nasution, SMA, & Nasution, AE (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Faktor Emosional, Biaya dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Layanan Gojek di Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 142–155.
- Ningsih, E. N. I. (2021). Analisis Faktor Pengaduan Nasabah dalam Klaim Asuransi Takaful Keluarga Cabang Setia Budi Medan. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Oktaria, T., Ifnaldi, I., & Nurjannah, N. (2023). Profesionalisme Guru dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) bagi Siswa di SMKN 3 Rejang Lebong. *Institut Keagamaan Islam Negara Curup*.
- Palamidovska-Sterjadovska, N., Rasul, T., Lim, W. M., Ciunova-Shuleska, A., Ladeira, W. J., De Oliveira Santini, F., & Bogoevska-Gavrilova, I. (2025). Service quality in mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 43(6), 1195-1230.
- Setiawan, Z., Zebua, RSY, Suprayitno, D., Hamid, RS, Islami, V., & Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Penerbitan Sonpedia Indonesia.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., & Ashaduzzaman, M. (2020). How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101920. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920>
- Sukmana, E. (2022). Kebijakan Inovasi Pelayanan Publik dalam Pemenuhan Kebutuhan dan Kepuasan Masyarakat Berbasis Website di Era Pandemi di Kabupaten Sumedang. *JISIPOL| Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 6(2).
- Sumarno, S., Dapih, D., Edirianto, S., Tarjono, T., & Maulana, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Bjb Syariah KCP Pabuaran). *Ecobankers: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 3(1), 68–73.
- Vernando, H., & Vivi, V. (2024). Analisis Kualitas Produk di Greenfields Premium Fresh Jersey Milk di Pontianak. *Uskup*, 6(1), 26–35
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Mende, M. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (9th ed.). McGraw-Hill Education.