

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan

Aqila Tamima¹, Wahyu Syarvina²

¹Mahasiswa, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²Dosen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi Penulis:

1aqila251017@gmail.com, 2wahyusyavira@uinsu.ac.id

Abstract

The aim of this research is to determine the effect of pawn service quality on customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan. The research object is limited to the service quality variable as the independent variable and customer satisfaction as the dependent variable. The sample taken was 86 respondents. The research method used by the author is the descriptive method, which is a method for researching the status of a group of people, an object, a set of conditions or a set of thoughts. The service quality variable is able to explain changes in customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan was 29.2% and the remaining 70.8% was explained by other factors not included in this research model. Based on the results of hypothesis testing with the t test, it was obtained that the t count variable for customer satisfaction with service quality was $(5.879 > 1.988)$ that H_a was accepted and H_o was rejected. So it can be concluded that service quality has a significant effect on customer satisfaction. It is recommended to PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan to maintain and improve the quality of service by influencing, encouraging and mobilizing customers to come back to Pegadaian.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan. Dengan objek penelitian dibatasi hanya terhadap variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Sampel yang diambil adalah sebanyak 86 responden. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi atau suatu set pemikiran. Variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan perubahan kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan sebesar 29,2 % dan sisanya sebesar 70,8 % dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh t hitung variabel kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan sebesar $(5,879 > 1.988)$

bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Sehingga diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Disarankan kepada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan untuk mempertahankan dan meningkatkannya lagi kualitas pelayanan dengan cara mempengaruhi, mendorong, dan menggerakkan para nasabah agar datang kembali ke Pegadaian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi, kebutuhan manusia pun semakin berkembang. Begitu pula kebutuhan akan sumber daya keuangan untuk memenuhi kebutuhan tersebut juga semakin meningkat. Mayoritas kebutuhan pembiayaan tersebut dipenuhi melalui kegiatan pinjam meminjam. Kegiatan perkreditan dan peminjaman ini dilakukan oleh perseorangan atau badan hukum yang terafiliasi dengan lembaga baik informal maupun lembaga formal. Bagi masyarakat kelas menengah dan atas, lembaga formal menjadi salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Lembaga formal ini dapat digolongkan menjadi dua jenis yaitu lembaga bank dan lembaga non bank. Namun paradigma yang berlaku dimasyarakat adalah lebih baik meminjam uang ke lembaga bank dibanding dengan yang lainnya. Tanpa mempertimbangkan proses peminjaman yang cukup lama dan rumit.

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non bank di Indonesia yang memanfaatkan hak gadai untuk membiayai kebutuhan masyarakat, baik bersifat produktif maupun konsumtif. Pegadaian merupakan penyedia jasa keuangan yang memberikan pinjaman melalui sistem gadai. Dengan semakin menjamurnya layanan pegadaian, maka pegadaian harus beruaya memberikan pelayanan yang jauh lebih baik di bandingkan kompetitornya.

Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin banyak pelanggan yang menggunakan produk pegadaian. Kualitas layanan pegadaian di Indonesia dapat ditingkatkan dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang dimaksud adalah bentuk fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan layanan pelanggan. Perlu diperhatikan bahwa kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada nasabahnya sangat berkaitan erat dengan kepuasan nasabahnya.

Kualitas memungkinkan konsumen mengembangkan hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan ini memungkinkan perusahaan memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Pada akhirnya konsumen mengembangkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Dalam hal ini, sistem dan prosedur harus terus ditingkatkan dan disempurnakan, dengan kata lain pegadaian harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah PT. Pegadaian di masa depan diharapkan dapat terus berkembang dan menjadi perusahaan yang kuat. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada seluruh nasabah dan memastikan mereka merasa puas terhadap pelayanan yang diterima dan secara tidak langsung kita dapat merubah cara pandang masyarakat terhadap pegadaian.

TINJAUAN TEORETIS

Kualitas Pelayanan

Peran penting dari kualitas pelayanan adalah harus mampu melayani pelanggan secara memuaskan, baik dengan keterampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh karya (attitude, keterampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab) maupun dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang (Gedung, desain interior serta peralatan perlengkapan) yang mampu menimbulkan kenyamanan bagi pelanggan. Atau dengan kata lain dapat dilakukan bahwa peran penting pelayanan penerima terletak pada kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan secara optimal pada konsumennya dengan menggabungkan kemampuan dari para staf dan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang.

Menurut Tjiptono (2012, hal.74) Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi "*fitness for use*" *conformance to 14 requirements*". Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) sering kali digunakan untuk mengacu kepada kualitas relative suatu produk dikaitkan dengan harga bersangkutan.

Menurut Bahar (2011, hal. 36) Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan dirasakan langsung terhadap produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasannya. Selanjutnya akan berdampak positif bagi perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.

Dari definisi di atas dapat dilihat kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, 15 hubungan, kemampuan, dan keterhambatan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar tetap terus hidup.

Berikut adalah beberapa indikator yang mampu menyebabkan terjadinya pelayanan yang berkualitas kepada konsumen:

- a. Nilai Kerja (*Work Values*)
- b. Semangat Kerja (*Work Spirit*)
- c. Keterampilan Berkomunikasi dengan Konsumen (*Communication Skill*)
- d. Penguasaan Teknologi Informasi (*Technological Skills*)

Pengertian Pelanggan (Nasabah)

Pelanggan merupakan focus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Tjiptono (2006) menyatakan adapun tipe-tipe pelanggan menurut tingkat loyalitas adalah sebagai berikut :

1. Prospek, orang-orang yang mengenal bisnis (barang atau jasa) suatu perusahaan tetapi belum pernah masuk tokonya, serta belum pernah membeli barang/jasa perusahaan tersebut.
2. Pembelanjaan, prospek yang telah yakin untuk mengunjungi toko tersebut, paling tidak satu kali.
3. Pelanggan, orang yang membeli barang atau jasa perusahaan
4. Klien, orang yang secara rutin membeli barang atau jasa perusahaan.
5. Penganjur, pelanggan yang sedemikian puasny dengan barang atau jasa perusahaan sehingga akan menceritakan kepada siapa saja tentang betapa memuaskannya barang atau jasa perusahaan tersebut.

Pengertian Kepuasan

Menurut Umar “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”.

Menurut Kotler (1996), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Ada 5 faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2006) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

Pencapaian kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan dalam Rambat Lupiyoadi-A.Hamdani (2006) sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable, proactive dan partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan, Sumatera Utara. yang akan dilaksanakan pada bulan Februari 2023 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel

- a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan yang berjumlah 630 orang.

b. Sampel

Mengingat jumlah populasi yang besar maka dalam penelitian ini teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan sebesar 10%

Sesuai dengan rumus di atas, maka sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{630}{1 + 630 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{630}{7,3} = 86,3$$
$$n = 86$$

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian kepustakaan (library research)
2. Penelitian lapangan (field research)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan adalah sebagai berikut :

- a. Wawancara
- b. Angket

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini akan menjelaskan tujuan dari penelitian ini yang mana nantinya akan memiliki hubungan signifikan terhadap hasil dari penelitian pada variabel kualitas pelayanan jasa gadai terhadap variabel kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan nasabah yang mana jumlah sampelnya sebanyak 86 orang dengan korelasi table sebesar $n/df = N-2$, yaitu $86-2= 84$, maka koefisien validitas r table sebesar 0,212 sesuai dengan hasil yang diperoleh melalui SPSS, maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan unsur item pernyataan dinyatakan valid, sebab keseluruhan corrected item total correlation diatas 0,212.

Sesuai dengan hasil dari uji reliabilitas terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 1,988 yang artinya sama dengan variabel kepuasan nasabah diatas.

Hasil dari uji kolmogorov smirnov juga sangat tinggi yaitu nilai diatas rata-rata normal 0,05, yang mana hasil dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,494 lebih besar dari 0,05. Begitu juga dengan variabel kepuasan nasabah berdistribusi normal 0,540 sehingga sebaran datanya berdistribusi normal.

Begitu juga dengan hasil analisis regresi linier sederhana yang mana bentuk persamaannya adalah $Y=5,363 + 0,369$, yang artinya bahwa nilai konstan hasil dari output SPSS bernilai sebesar 5,363 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan bernilai 0 maka variabel kepuasan nasabah nilainya positif sebesar 5,363 dan koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,369 yaitu jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 persen, maka variabel kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,363. Dan t hitung variabel kepuasan nasabah sebesar 5,879 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel penelitian.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang mana kualitas pelayanan selalu memiliki pengaruh signifikan dan selalu memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan nasabah. Maka peneliti dapat menyimpulkan dengan hipotesis dari pembahasan ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan peneliti mencoba untuk menarik kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan untuk terus meningkatkan pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah dan juga bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Titi Kuning Medan berada pada kategori baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Armila, Yeni. 2018. *Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada Pt . Pegadaian(Persero) Cabang Medan Helvetia*
- Bahar, 2011. *Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Yayasan penerbit IDI
- Faradiba, Syah. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cp Gaharu Medan*. Jurnal Stindo Profesional
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Keduabelas. Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi,Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rozak, Abdul. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai*. journal of Economic, Business Engineering (JEBE)
- Sukamma, Lia Effi Muthalib, Abdul. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT . Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan*. Jurnal Administrasi Publik
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Prinsip- Prinsip*. Penerbit Andi. Yogyakarta.