

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA GADAI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) PANGLIMA DENAI MEDAN

Elisabet Tambunan,S.E,M.M

Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

Marupa Siregar,S.E,M.M

Dosen Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai 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) Panglima Denai 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 H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Disarankan kepada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai 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

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada aktivitas perekonomian masyarakat membutuhkan suatu lembaga keuangan yang dapat memberikan uang pinjaman. Bila dalam suatu masyarakat tidak ada lembaga keuangan, maka yang membutuhkan uang akan menjual barang-barang berharga miliknya atau meminjam uang kepada pelepas uang yang sering membebani bunga tidak wajar. Salah satu bentuk kebutuhan masyarakat adalah jasa gadai yang

dilaksanakan oleh lembaga keuangan pegadaian.

Pegadaian sangat berbeda dan unik jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Keunikan pegadaian tercermin dari produknya, yang tidak ada pada lembaga keuangan lain seperti memberikan kredit dua puluh ribu rupiah. Karena lembaga keuangan lain menganggap jumlah kredit seperti itu tidak efisien.

Yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah masih banyak masyarakat yang memiliki cara pandang bahwa PT.Pegadaian

masih merupakan lembaga yang usang, kumuh, tertutup dan masih kurang dalam memberikan pelayanan untuk nasabah. Dalam hal ini system dan prosedur harus selalu diperbaiki dan disempurnakan, dengan kata lain pegadaian harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah PT. Pegadaian di masa depan diharapkan mampu tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang solid. Memberikan pelayanan yang berkualitas bagi setiap nasabah agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diterima dan secara tidak langsung dapat merubah cara pandang masyarakat terhadap pegadaian.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk menyusun proposal skripsi ini dengan memilih judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.”

Batasan Masalah

Untuk memfokuskan dan memperkecil batasan masalah agar tidak terjadi kesimpang siuran dalam pembahasan, maka peneliti membatasi masalah hanya pada pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

Sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT., Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT.Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan jasa gadai terhadap kepuasan nasabah pada PT.Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.”

Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang pendidikan khususnya tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Gadai Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.

b. Manfaat Praktis

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti sehingga dapat membandingkan antara teori yang diperoleh dengan penerapan yang sesungguhnya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa gadai yang berkualitas terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai.

c. Sebagai refrensi untuk mengadakan penelitian dalam kualitas pelayanan.

B. URAIAN TEORITIS

Pengertian Jasa

Jasa adalah suatu produk yang tidak nyata dari hasil kegiatan timbal balik antara pemberi jasa dan penerima jasa melalui suatu atau beberapa aktivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan karakteristik jasa yang membedakan barang dengan pemasaran jasa yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Intangibility (tidak berwujud) jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha, oleh sebab itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Variability heterogeneity* (berubah-ubah) jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

4. *Perishability* (tidak tahan lama) jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

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 tangga 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 puasnya dengan barang atau jasa perusahaan sehingga akan menceritakan kepada siapa saja tentang betapa memuaskannya barang atau jasa perusahaan tersebut.

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut J.Supranto (2006) adalah “sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik”.

Ada 5 dimensi kualitas pelayanan, menurut lupiyoadi (2006) yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. *Tangible* atau bukti fisik
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. *Reliability* atau kehandalan
Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan
Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan dan kepastian
Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Emphaty* atau empati
Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Pengertian Kepuasan

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

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan

kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran,kritik,pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, saluran telepon bebas pulsa, *website* dan lain-lain.

2. Ghost shopping

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. Lost Customer Analysis

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik survey melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung.

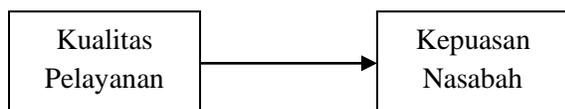
Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa

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.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai Medan.

C. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Pegadaian (Persero) Panglima Denai yang beralamat di Jl. Panglima Denai No. 117 Medan, Sumatera Utara. Yang akan dilaksanakan pada bulan Februari 2014 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Pegadaian ((Persero)

Panglima Denai 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 :

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

$$n = \frac{630}{1 + 630(0,1)^2}$$

$$n = \frac{630}{7,3}$$

$$n = 86,3$$

$$n = 86$$

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel independen/bebas (X) dalam penelitian ini adalah atribut kualitas pelayanan jasa gadai pada PT.Pegadaian Panglima Denai. Variabel ini mencakup lima dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*.

a. Dimensi bentuk fisik (*Tangible*)

Dipengaruhi oleh :

- 1) Kondisi peralatan ruangan : kelengkapan ruang yang dimiliki
- 2) Kondisi kawasan dan gedung : kenyamanan, kebersihan fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, tempat parkir)

- 3) Kondisi sumber daya manusia : kerapian penampilan karyawan
 - 4) Ketersediaan fasilitas pendukung : peralatan yang modern
- b. Dimensi Keandalan (*Reliability*)
Dipengaruhi oleh :
- 1) Perusahaan menepati janji yang diberikan
 - 2) Perusahaan menyelesaikan masalah terhadap keluhan nasabah
 - 3) Perusahaan memberikan layanan yang tepat waktu kepada nasabah
 - 4) Perusahaan melayani nasabah pada waktu yang sesuai dengan janji yang diberikan
 - 5) Tingkat kesalahan perusahaan dalam memberikan layanan kepada nasabah.
- c. Dimensi Tanggapan (*Responsiveness*)
Dipengaruhi oleh :
- 1) Karyawan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan tentang layanan
 - 2) Karyawan melayani nasabah dengan segera mungkin
 - 3) Karyawan mudah dihubungi oleh nasabah untuk menyampaikan keluhan
 - 4) Ketersediaan karyawan untuk selalu siap melayani nasabah
- d. Dimensi Jaminan (*Assurance*)
Dipengaruhi oleh :
- 1) Karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan
 - 2) Karyawan ramah dan sopan dalam melayani nasabah
- 3) Adanya jaminan yang dirasakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi
 - 4) Kinerja karyawan memberikan keyakinan kepada nasabah
- e. Dimensi Perhatian (*Empathy*)
Dipengaruhi oleh :
- 1) Karyawan mengerti kebutuhan spesifik nasabah
 - 2) Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah
 - 3) Perusahaan mempunyai pelanggan yang setia
 - 4) Perusahaan mempunyai waktu khusus untuk pelayanan individu nasabah
 - 5) Perusahaan memberikan perhatian individu kepada karyawan
2. Variabel dependen/terikat (Y) didefinisikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang terdiri dari :
- 1) Sarana dan fasilitas memadai
 - 2) Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang memerlukan jasa pegadaian
 - 3) Perum pegadaian memiliki layanan yang tepat waktu
 - 4) Para karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang jasa pegadaian
 - 5) Karyawan memiliki penampilan yang menarik

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

D. 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 Panglima Denai 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 $Y=5,363 + 0,369x$, 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 Panglima Denai Medan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan peneliti mencoba untuk menarik kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi PT. Pegadaian Panglima Denai 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 Panglima Denai Medan berada pada kategori baik.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan.2008. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Prenada Media. Jakarta.
- Elmanus.2005. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Para Pengguna Jalan Kereta Api Pada Kereta Api (Persero) Medan,Medan: Perpustakaan Fakultas Ekonomi Sumatera Utara.
- Hartono.2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumut.
- Laksono,M Susilo Adityo.2015.Pengertian Kepuasan Pelanggan dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Menurut Para Ahli. <http://adityolaksono26.blogspot.co.za/2015/03/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html?m=1>) diakses tanggal 4 Februari 2016.
- Lupiyoadi,Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Melly. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Sebagai Pengguna Jasa Pendidikan di Sekolah Menengah Keatas Negeri 6 Medan: Perpustakaan Fakultas Ekonomi Sumatera Utara.
- Simamora,Bilson. 2005. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable. Penerbit PT.Gramedia Pustaka Umum.Jakarta.
- Sugiyono.2007.Metode Penelitian Bisnis.Afabeta.Bandung.
-2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif,kualitatif dan R&D.Bandung : Alfabet.
- Sunyoto, Danang. 2013.Teori,Kuesioner dan Analisis Data Sumber Daya Manusia. Jakarta: *Center Academic Public Service*.
- Tjiptono,Fandy. 2006. Prinsip-Prinsip .Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy dan Chandra,Gregorius. 2011. *Service,Quality dan Satisfaction*. Puri Nitendan Taman Kopo Indah.
- Widyono,Soetjipto,dkk. 1999. Teknik Statistika untuk Bisnis & Ekonomi. Ciracas Jakarta 13740.
- Zaithaml, dan Bitner. 2007. Manajemen Pemasaran dan Jasa. FE UI,Jakarta.