

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. PEGADAIAN PERSERO UNIT PELAYANAN CABANG PANIKI

**Edryl H.P Ponggohong^{*1}, Irvans Tiwatu^{*2}, Melania Walangitan^{*3},
Romana Pesak^{*4}**

Politeknik Negeri Manado, Jl. Raya Politeknik Kelurahan Buha Manado (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

⁴Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}edrylponggohong@polimdo.ac.id, ^{*2}irvantiwatu@polimdo.ac.id

ABSTRAK

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua variable yang saling berkaitan erat. Demikian halnya dengan pelayanan karyawan terhadap pelanggan /nasabah PT Penggadaian UPC Paniki, dimana beberapa indikator pelayanan seperti, mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Paniki. Jenis Penelitian ini bersifat kualitatif serta menggunakan data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal dan buku, sedangkan data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling, diperoleh jumlah sampel 45 responden. Dengan menggunakan Analisa servequal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Paniki harus memberikan layanan yang lebih baik khususnya yang terkait dengan kecepatan pelanggan serta keluhan yang timbul dari nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Memperhatikan kondisi bangsa yang roda perekonomiannya merosot tajam, maka sudah barang tentu setiap perusahaan haruslah memiliki strategi baik industri manufaktur maupun perusahaan dagang. Terlebih lagi dengan kebijakan pembatasan yang dilakukan

pemerintah baik pemerintah pusat maupun di daerah masing-masing sehingga banyak usaha-usaha, seperti usaha jasa kuliner, usaha dagang, usaha yang berskala besar sampai usaha yang berskala kecil tetap harus menerapkan kebijakan pemerintah ini.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono *dalam* Panjaitan 2016:266). Kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh sebuah pelayanan yang berkualitas. Dengan kata lain ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan karyawan. Sebuah perusahaan akan berhasil memperoleh banyak pelanggan jika perusahaan tersebut bisa dan mampu memberikan kepuasan bagi nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin sesuatu yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Maulana, 2016:117). Juran *dalam* Maulana (2016:117) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan. Bebas defisiensi dan pemenuhan kebutuhan nasabah atau konsumen adalah cakupan dari definisi tersebut. Sedangkan menurut Feigenbaum *dalam* Maulana (2016:117) kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture* dan *maintenance*, dalam produk atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler *dalam* Maulana (2016:118) pelayanan yaitu setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pemilikan sesuatu. Namun hal berbeda datang dari pendapat pelayanan menurut Sugiarto (2002:216) tentang pelayanan yakni sebuah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Kepuasan nasabah akan terwujud jika nasabah merasakan sebuah pelayanan yang cepat, prima dan *service excellent*. Menurut Budiarto dan Dolly (2001:12) ada tiga tingkat kepuasan nasabah yaitu nasabah sangat puas, nasabah puas, dan nasabah tidak puas. Jika nasabah sangat puas berarti pelayanan yang diterimanya lebih dari apa yang diharapkannya. Sedangkan jika nasabah merasa hanya puas, berarti pelayanan yang diterimanya hanya biasa-biasa saja dan sudah ada di dalam benak pikirannya bahwa dia akan dilayani dengan pelayanan yang biasa-biasa saja. Namun, yang paling

mengkhawatirkan adalah jika nasabah merasa tidak puas, berarti mereka sangat kecewa dengan pelayanan yang telah mereka terima dan sudah pasti mereka tidak akan kembali ke tempat dimana mereka menerima pelayanan tersebut dan akan berpindah tempat untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik lagi.

Pegadaian hadir dengan motto “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” oleh karena itu pelayanan yang maksimal dan baik sangatlah dituntut oleh para nasabahnya, terutama nasabah yang sangat membutuhkan bantuan dari Pegadaian itu sendiri. Pegadaian di Indonesia terdapat banyak kantor cabang dan unit. Pada kesempatan kali ini penulis ingin membahas tentang kualitas pelayanan yang terjadi pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Paniki.

Pegadaian UPC Paniki merupakan salah satu unit Pegadaian yang ada di Manado, Sulawesi Utara, dibawah naungan Pegadaian Cabang Manado Timur, Kantor Wilayah V Manado. Pegadaian UPC Paniki menawarkan produk dan jasa dalam pemberian pinjaman untuk masyarakat dari kalangan atas sampai menengah kebawah. Berbagai macam produk telah hadir dan tersedia untuk menjawab dari kebutuhan masyarakat. Namun, disisi lain para *frontliner* dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal agar nasabah yang datang bertransaksi di unit tersebut merasa puas dan tidak pergi ke tempat lain karena menerima pelayanan yang tidak maksimal yang membuat mereka merasa tidak puas.

Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian (Persero) UPC Paniki itu sendiri belum maksimal baik dari segi *reliability* yaitu masih kurangnya kemampuan pegawai dalam menanggapi keluhan nasabah contohnya karena pelayanan dari pegawai lama pada saat proses pembayaran gadai dan pembayaran bunga gadean, yang kedua dari segi *tangibles* yaitu masih kurangnya fasilitas dan layanan yang diberikan contohnya para nasabah tidak memiliki tempat menunggu yang nyaman karena tempat duduk yang disediakan sangat sedikit sehingga banyak nasabah yang lain harus berdiri diluar, yang ke tiga *responsiveness* masih kurangnya komunikasi antara pegawai dengan nasabah contohnya karyawan sering meremehkan setiap keluhan dari nasabah misalnya nasabah memilih produk kreasi (gadai BPKB) kapan bisa melakukan pencairan tetapi karyawan selalu menunda-nunda, yang keempat *assurance* masih kurangnya kedisiplinan pegawai contohnya pegawai tidak memakai seragam pegadaian dan dating terlambat sehingga nasabah harus menunggu lama dan

yang terakhir *empathy* masih kurangnya perhatian secara individual pegawai terhadap nasabah itu sendiri contohnya bagaimana pengamatan yang dilakukan penulis kepada nasabah yang datang di Pegadaian (Persero) UPC Paniki bahwa mereka kurang puas dengan pelayanan dari pegawai yang kurang cepat dalam melayani nasabah saat bertransaksi sehingga nasabah menunggu lama dalam melakukan transaksi dan nasabah juga kurang puas dengan cara petugas menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki Manado.**

B. METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki Manado di Jl. A.A Maramis No. 58 Paniki. Waktu penelitian dirancang selama 4 (empat) bulan.

2. Metode dan Jenis Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan analisis servqual (Service Quality). SERVQUAL dikembangkan dengan maksud untuk menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas layanan melalui dimensi utama kualitas jasa yaitu : reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Dengan melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas jasa di PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki, maka kualitas pelayanan di perusahaan tersebut dapat diidentifikasi dan di evaluasi.

Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan yang terkait dengan permasalahan yang sedang terjadi di lapangan.

2) Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan – bahan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data

Jenis Data

Menurut Yusri (2009:9), data adalah fakta atau keterangan mengenai sesuatu persoalan yang berbentuk bilangan atau juga berbentuk kategori, lebih lanjut menurut Riduwan (2009:5), data ialah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Skala pengukuran variabel penelitian Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

1) Data Primer

Data Primer adalah data atau informasi yang diambil dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki, diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan memberikan angket yang meliputi angket tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah yang diberikan kepada nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan sebagai data-data tambahan atau dari sumber-sumber terkait seperti literatur, studi pustaka, referensi, visi misi, sejarah perusahaan dan internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

Sampel

Untuk menentukan ukuran atau besarnya sampel dari suatu populasi, maka teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling*, dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Besarnya sampel dinyatakan *representative* jika diambil antara 10-15 % atau 20-25% atau lebih. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 80 nasabah yang aktif.

Besarnya sampel pada penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

E = error level (tingkat kesalahan) (catatan:umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5 % atau 0,05 dan 10% atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 80 orang dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,10, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$
$$n = \frac{80}{1 + (80 \cdot 0,10^2)}$$

= 44,444 dibulatkan menjadi 45 orang

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 44,444 dibulatkan menjadi 45 orang.

Alat Analisis Data

Analisis Tingkat Kesesuaian

Analisa tingkat kesesuaian untuk melihat tingkat kesesuaian antara jasa yang diharapkan (kepentingan nasabah) dengan jasa yang dirasakan (pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Besar kecilnya tingkat kesesuaian (semua dimensi) menentukan besar kecilnya kualitas pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

Analisis juga dilengkapi dengan melihat gap antara pelayanan yang diharapkan nasabah dengan pelayanan dari yang dirasakan oleh nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki

Analisis tingkat kesesuaian yang dimaksud dalam melaksanakan penelitian ini adalah gap antara pelayanan yang diharapkan nasabah dengan pelayanan dari perusahaan yang dirasakan oleh nasabah

Formula yang digunakan untuk penilaian tingkat kesesuaian adalah :

$$Tk = \frac{X1}{Y1} \times 100\%$$

Dimana :

Tk1 = Tingkat kesesuaian

X1 = Skor penilaian jasa yang dirasakan

Y1 = Skor penilaian jasa yang diharapkan

Skor dari penilaian tersebut disajikan dalam bentuk diagram batang, sehingga dapat dengan mudah untuk membandingkan tingkat kesesuaian masing-masing faktor. Besar-kecilnya tingkat kesesuaian (gap masing-masing faktor) menentukan besar-kecilnya kualitas pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

Analisis Diagram Kartesius

Untuk mencari solusi tentang apa yang harus dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah, peneliti menggunakan Analisa kepentingan-kinerja. Alat analisis ini berupa diagram kartesius yaitu suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah baris yang berpotongan pada titik-titik (X,Y). Pada Analisa ini sumbu mendatar (X) merupakan skor untuk jasa yang dirasakan, sedangkan untuk sumbu tegak dalam (Y) merupakan skor untuk jasa yang diharapkan.

Skor setiap dimensi disederhanakan untuk mendapatkan nilai rata-rata masing-masing dimensi. Penyederhanaan masing-masing dimensi tersebut dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum x_1}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y_1}{n}$$

Dimana :

X_1 = Skor dimensi jasa yang dirasakan

Y_1 = Skor dimensi jasa yang diharapkan

X = Skor rata-rata dimensi jasa yang dirasakan

Y = Skor rata-rata dimensi jasa yang diharapkan

n = Jumlah sampel

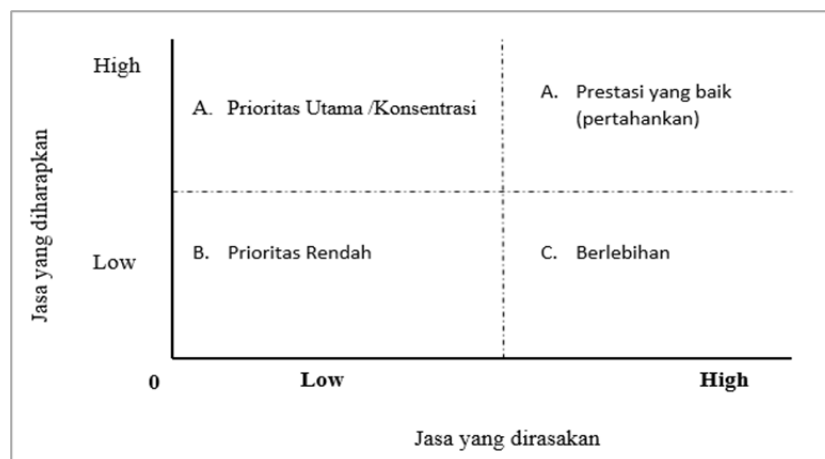
pada model ini X adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang dirasakan, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang diharapkan. Untuk jelasnya rumus yang dimaksud adalah :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum^N i - i \bar{X}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum^N i - i \bar{Y}}{K}$$

Dimana :

- $\bar{X}$ = Skor rata-rata dimensi jasa yang dirasakan
 $\bar{Y}$ = Skor rata-rata dimensi jasa yang diharapkan
 $\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari skor rata-rata dimensi jasa yang dirasakan
 $\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari skor rata-rata dimensi jasa yang diharapkan
 K = Banyaknya dimensi

Dengan adanya diagram kartesius tersebut, peneliti dapat menentukan peringkat-menurut kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Masing-masing dimensi penilaian baik skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan ($\bar{X}$) maupun skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan ($\bar{Y}$) dijabarkan kedalam empat bagian diagram kartesius, sehingga dapat ditentukan skala prioritas dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah. PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.



Gambar 2.2
Diagram Kartesius

1. Kuadran A. Prioritas Utama

Memuat atribut-atribut yang dianggap penting, namun pihak Perusahaan belum mampu melaksanakannya dengan baik. Dengan demikian atribut-atribut yang terjabarkan pada kuadran A, akan menjadi prioritas utama dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

2. Kuadran B. Prestasi yang baik

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh nasabah sebagai pelanggan, pihak Perusahaan, serta karyawan yang telah melaksanakan sesuai dengan harapan para nasabah. Dengan demikian atribut-atribut yang dijabarkan pada kuadran B sudah baik dan harus dipertahankan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

3. Kuadran C. Prioritas Rendah

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang tidak terlalu diharapkan oleh nasabah sebagai pelanggan dan pada kenyataannya pelayanan tidak terlalu istimewa. Dengan demikian atribut-atribut yang terjabarkan pada kuadran C tidak perlu diprioritaskan dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan terhadap nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

4. Kuadran D. Berlebihan

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang tidak diharapkan oleh nasabah dan dirasakan terlalu berlebihan. Dengan demikian atribut-atribut yang terjabarkan pada kuadran D tidak harus dipertahankan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

Analisis Servqual

Analisi kesenjangan (Gap) kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Menggunakan metode *servqual* dengan mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para nasabah untuk setiap pasang pertanyaan yang berkaitan dengan ekspektasi dan persepsi. Skor *servqual* untuk setiap pertanyaan dapat dilihat berdasarkan rumus berikut :

$$\text{Skor } SERVQUAL = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi}$$

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian

Hasil analisis dimensi-dimensi kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diharapkan (ekspektasi) dengan pelayanan yang dirasakan (persepsi) digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang telah diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki untuk memenuhi apa yang nasabah harapkan. Menurut

Santoso dan Astuti (2003) maka tingkat kesesuaian dibawah 100% dinyatakan belum sesuai atau belum memenuhi harapan nasabah, sedangkan tingkat kesesuaian di atas 100% dinyatakan melampaui harapan nasabah. Berikut tabel tingkat kesesuaian antara harapan (ekspektasi) dan kenyataan (persepsi) :

Tabel
Analisis Tingkat Kesesuaian

No	Indikator	Ekspektasi	Persepsi	Tingkat Kesesuaian
1	Bukti Fisik	4,51	1,66	36,88%
2	Daya Tangkap	4,56	1,76	38,54%
3	Keandalan	4,37	2,51	57,46%
4	Jaminan	4,53	2,96	65,32%
5	Empati	4,67	1,98	42,38%
	Rata-rata skor	4,53	2,17	48,02%

Sumber : Data Primer Diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat tingkat kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki pada nasabah serta perbedaan antara 5 dimensi kualitas pelayanan. Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa persentase kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki secara keseluruhan sebesar 48,02%. Hal yang perlu diperhatikan oleh para karyawan PT Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah yaitu dimensi berwujud (*Tangible*) 36,88%, yang merupakan dimensi dengan persentasi terendah dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan. Sedangkan dimensi dengan persentase paling tinggi dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah di adalah empati (*Assuramce*) 65,32%. Agar perbedaan tingkat kesesuaian pelayanan dari masing-masing dimensi lebih jelas, maka peneliti menguraikan dalam bentuk grafik sebagai berikut :

2. Hasil Analisis Servqual

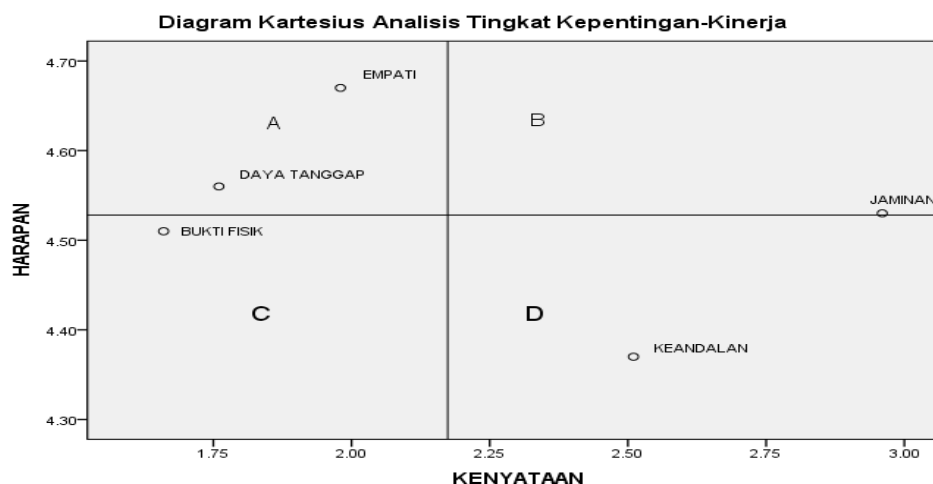
Hasil analisis servqual seperti yang telah dikemukakan sebelumnya merupakan analisis terhadap kesenjangan (GAP) antara pelayanan yang diharapkan (ekspektasi) dengan yang dirasakan (persepsi). Hasil pengukuran kualitas pelayanan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah ini didapatkan dengan melakukan pengurangan antara skor persepsi dengan skor ekspektasi. (lihat lampiran 1)

Tahun 2021

3. Hasil Analisis Diagram Kartesius

Hasil analisis diagram kartesius digunakan untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan. Analisis diagram kartesius pada penelitian ini dilakukan terhadap lima variabel utama kualitas pelayanan jasa yang disajikan pada diagram sebagai berikut :

Grafik 2
Diagram Kartesius Analisis Tingkat Kepentingan-Kinerja



Sumber : Data Primer Diolah Peneliti

Dari analisis tingkat kepentingan dalam diagram kartesius di atas, dapat dilihat bahwa variabel utama kualitas pelayanan yang berjumlah 5 variabel tersebar ke 4 bagian dalam diagram kartesius. Secara umum semua dimensi kualitas pelayanan masih terbilang kurang, karena belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Melakukan peningkatan secara bersamaan terhadap ke 5 dimensi tersebut.

Dalam diagram tersebut terdapat 2 dimensi dalam kuadran A, 1 dalam kuadran B, C dan D, Masing- masing kuadran dari hasil analisis dapat disajikan sebagai berikut :

Kuadran A

Terdapat 2 dimensi yaitu empati dan daya tangkap yang seharusnya menjadi yang terpenting dalam membina hubungan dengan nasabah namun hasil yang dicapai dimensi empati dan daya tangkap pada diagram kartesius jauh dari harapan nasabah sebagai pelanggan, kepuasan nasabah dari dimensi ini dibawah rata-rata persepsi dan di atas rata-rata ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan PT. Pegadaian

(Persero) UPC Paniki kepada nasabah untuk dimensi empati dan daya tangkap belum diperhatikan secara maksimal.

Kuadran B

Terdapat dimensi jaminan yaitu kepuasan nasabah dari dimensi jaminan hasilnya sudah sama dengan apa yang diinginkan oleh nasabah atau pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki sudah memenuhi harapan dari para nasabah, pelayanan di atas rata-rata persepsi dan di atas rata-rata ekspektasi.

Kuadran C

Terdapat dimensi bukti fisik yaitu kepuasan nasabah dari dimensi bukti fisik dianggap dimensi yang penting tetapi tidak harus dipertahankan.

Kuadran D Terdapat dimensi keandalan yaitu kepuasan nasabah dari dimensi keandalan hasilnya sudah sama dengan apa yang diinginkan oleh nasabah atau pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki sudah memenuhi harapan dari para nasabah, pelayanan di atas rata-rata persepsi dan di atas rata-rata ekspektasi.

Dari tabel 11 di atas terasa lebih jelas mengenai dimensi dari kualitas pelayanan, penulis lebih mudah menganalisis serta mengevaluasi seberapa penting dimensi yang ada pelayanan bagi nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Paniki, karena lima dimensi ini sangat mempengaruhi kepuasan nasabah, jadi seharusnya bisa diterapkan dengan baik agar nasabah merasa diprioritaskan dan kepercayaan mereka semakin hari semakin bertambah.

Tabel 5.8
Analisis Utama SERVQUAL

Item	Objek	Harapan	Persepsi	GAP
1	Kualitas Pelayanan	4,53	2,17	-2,35

Sumber : Data Primer Diolah Peneliti

Dari tabel 5.8 di atas terasa lebih jelas mengenai analisis utama dari kualitas pelayanan sehingga membuat penulis lebih mudah menganalisis serta mengevaluasi seberapa penting kualitas pelayanan dalam mencapai kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki, karena jika kualitas pelayanan mencapai harapan nasabah maka itu berarti kepuasan nasabah sudah terpenuhi.

Pembahasan

Bentuk Kualitas Pelayanan

Pengamatan peneliti pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, Pegadaian UPC Paniki pelayanan yang selama ini diberikan yaitu melayani konsumen yang memerlukan dana dengan jaminan barang. Pelayanan yang dilakukan selama ini yang perlu diperhatikan adalah masih kurangnya perhatian, Daya tangkap dan empati yaitu meliputi kecepatan dan ketepatan dan layanan informasi yang mudah dijangkau dan menjadi pendengar yang baik serta menanggapi keluhan nasabah yang belum maksimal dalam mendukung kualitas pelayanan terhadap kepuasan dari para nasaba. Terlihat bahwa variabel daya tangkap dan empati merupakan prioritas utama yang selalu perlu dipertahankan secara berkelanjutan karena seharusnya kedua hal ini harus menjadi prioritas utama untuk diperhatikan karena kedua hal ini juga dapat menjamin kepuasan nasabah, variabel yang perlu mendapatkan perhatian utama khusus dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki adalah variabel daya tangkap berupa bagaimana pihak perusahaan menanggapi dan tidak meremehkan setiap keluhan nasabah, dengan prestasi yang baik yaitu jaminan dengan tingkat harapan (4,53) dan persepsi (2,96) dibandingkan dengan variabel lain yang diteliti karena walaupun lambat memberikan informasi tetapi para karyawan tetapi para karyawan tetap melayani nasabah yang datang, sedangkan skor terendah yang harus diperhatikan yaitu variabel empati dengan tingkat harapan (4.67) dan persepsi (1,98)

Tingkat Kepuasan nasabah

Dimensi bukti fisik (*Tangibles*) merupakan dimensi dengan tingkat persentase terendah. Dari hasil pengamatan dan data yang didapatkan dari kuesioner dapat dilihat bahwa pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki masih kurang dari apa yang diharapkan para nasabah seperti Penampilan karyawan dalam melayani nasabah masih ada yang tidak berpenampilan menarik, Kemudahan dalam proses pelayanan masih kurang dirasakan, Ruang tunggu pelayanan kurang nyaman, dan terbatasnya lahan parkir. Hal-hal itulah yang membuat kualitas pelayanan rendah.

Dari hasil analisis tersebut dimensi Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan dimensi dengan persentase ke 2 yang artinya pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki yang kurang seperti kurangnya penanganan keluhan dari nasabah dengan cepat, dan pemberian pelayanan yang segera, hal itu dilihat dari hasil pengamatan peneliti dan dari data kuesioner yang dijalankan kepada nasabah sebagai pelanggan di PT.

Pegadaian (Persero) UPC, Dengan demikian dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) harus menjadi perhatian dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki.

Dimensi yang menempati persentase ke 3 yaitu dimensi Empati (*Empathy*) dimana tingkat pemberian pelayanan dimensi ini termasuk yang tertinggi. Dari hasil pengamatan dan data dari kuesioner memperlihatkan bahwa sebagian besar PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki mengutamakan layanan informasi yang mudah dijangkau, dan menjadi pendengar yang baik serta menanggapi keluhan nasabah

Dimensi keandalan (*Reliability*) adalah dimensi yang memiliki tingkat pemberian pelayanan dengan persentase tertinggi ke 2 karena prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, prosedur pelayanan yang mudah dipahami, serta efektivitas waktu pelayanan yang diberikan divisi kredit.

Sedangkan pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah yang tertinggi dari hasil penelitian adalah jaminan (*assurance*) Dari hasil pengamatan dan dari data kuesioner dapat dilihat bahwa pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah sangat baik seperti pegawai yang disiplin dalam memberikan pelayanan, pegawai yang sopan dalam menangani keluhan pelanggan, penguasaan karyawan dalam penanggulangan yang ditawarkan dan persyaratan teknis dan administratif yang jelas dan rinci.

Hasil Pengurutan Gap Mutu Pelayanan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki

- A. Pada variabel empati rata-rata skor kualitas jasa yang diharapkan lebih besar dari pada skor kualitas jasa yang dirasakan. Ini berarti terdapat kesenjangan antara keinginan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Namun, kesenjangan yang muncul bernilai negatif, dimana nasabah merasakan bentuk kepedulian dan perhatian pribadi karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah belum maksimal dalam memberikan pelayanan melebihi apa yang diharapkan oleh nasabah. Contohnya : nasabah banyak merasa kecewa dengan para karyawan karena terkadang para karyawan menjawab pertanyaan dari nasabah dengan nada yang ketus, apalagi untuk para nasabah yang akan melakukan perpanjangan surat gadaian dan karyawan tidak melayani dengan senyuman, oleh karena itu, hal tersebut yang menjadikan nasabah merasa tidak di prioritaskan.

- B. Pada variabel daya tanggap rata-rata skor kualitas jasa yang diharapkan lebih besar dari pada skor kualitas jasa yang dirasakan. Ini berarti terdapat kesenjangan antara keinginan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Nasabah yang merasakan tanggung jawab karyawan untuk membantu para nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki dalam memberikan layanan dengan cepat belum cukup baik. Pelayanan pada nasabah belum sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan. Contohnya : banyak karyawan yang sering meremehkan setiap keluhan nasabah misalnya, ketika nasabah memiliki produk kreasi (gadai BPKB) mereka bertanya kapan mereka bisa melakukan pencairan dana tersebut, tetapi dari karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki selalu memberikan janji bahwa pencairan tersebut akan segera dilakukan setelah dilakukannya survei yang paling lambat 2-3 hari, namun, kenyataannya setelah dua sampai tiga hari, belum juga dilakukan survei yang nantinya berujung pada pencairan dana tersebut. Hal ini membuat para nasabah merasa bahwa karyawan kurang cepat merespon apa yang menjadi kebutuhan nasabah sehingga tingkat kepercayaan nasabah semakin hari semakin menurun.
- C. Pada variabel keandalan rata-rata skor kualitas jasa yang diharapkan lebih besar dengan skor kualitas jasa yang diharapkan. Ini berarti terdapat kesenjangan antara keinginan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Dimana apa yang menjadi harapan dan kebutuhan dari nasabah untuk memperoleh pelayanan yang handal yaitu kemampuan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki dalam menyajikan kinerja layanan seperti yang dijanjikan dengan handal dan akurat belum dipenuhi dan belum maksimal.
- Contohnya : Keluhan dari nasabah karena pelayanan yang terasa lama pada saat proses pembayaran gadai dan pembayaran bunga gadaian yang disebabkan karena kasir di PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki hanya satu orang, yang membuat pelayanan menjadi lama dan nasabah harus mengantri, sehingga nasabah merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan di tempat tersebut kurang handal.

- D. Pada variabel jaminan rata-rata skor kualitas jasa yang diharapkan lebih besar dari pada skor kualitas jasa yang diharapkan. (*Tunjukkan angka hasil analisisnya*) Ini berarti terdapat kesenjangan antara keinginan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Dimana karyawan belum mampu untuk mencapai tingkat maksimal atau memenuhi kebutuhan nasabah dalam memperoleh jaminan yaitu yang mencakup pengetahuan dalam memberikan informasi, kesopanan dalam melayani nasabah, dan kemampuan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki untuk membangun kepercayaan nasabah.

Contohnya : Ketika nasabah menggadaikan BPKB mereka, salah satu proses yang harus dilewati nasabah adalah survei kelayakan usaha/tempat kerja. Namun setiap kali nasabah bertanya kapan akan dilakukan survei tersebut agar supaya nasabah bisa dengan cepat memperoleh dana yang mereka butuhkan, disini karyawan hanya menjawab, dengan pernyataan bahwa mereka akan melakukan survei dalam waktu dekat dengan cara akan menelpon nasabah. Hal tersebut membuat nasabah merasakan bahwa tidak ada kepastian untuk dilakukan survei. Melihat dari hal tersebut, sebaiknya pihak perusahaan lebih memberikan kepastian kapan mereka akan melakukan survei kelayakan dan jangan hanya memberikan harapan yang tidak pasti kepada nasabah.

- E. Pada variabel bukti fisik, rata-rata skor kualitas jasa yang diharapkan lebih besar dari pada skor kualitas jasa yang dirasakan. Ini berarti terdapat kesenjangan antara keinginan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki. Kesenjangan yang muncul bernilai negatif yang paling besar dari kelima keempat variabel, dimana dalam kenyataannya nasabah merasakan pelayanan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, tampilan fisik dari karyawan tersebut, serta sarana dan prasarana yang digunakan karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki belum melebihi apa yang menjadi harapan dari nasabah.

Contohnya : para nasabah tidak memiliki tempat menunggu yang nyaman karena tempat duduk yang disediakan sangat sedikit dan hanya bisa menampung beberapa orang saja sehingga banyak nasabah yang lain harus berdiri di luar yang dikarenakan oleh tempat duduk yang sedikit, sehingga banyak nasabah yang

akhirnya memilih pulang dari pada harus menunggu dengan cara berdiri, apalagi jika nasabah tersebut membawa anak mereka, tentunya para nasabah mengharapkan perhatian khusus mengenai hal tersebut.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Gap atau kesenjangan yang artinya pemberian pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki kepada nasabah di setiap dimensi masih ada yang belum sesuai dengan apa yang menjadi harapan dari nasabah. Dari hasil analisis tersebut dimensi empati dan daya tangkap harus ditingkatkan dan dimensi jaminan hanya harus dipertahankan.
2. Peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki harus dapat dipenuhi.

2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Agar supaya kesenjangan dalam pemberian pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki terhadap nasabah dapat sesuai harapan maka dari setiap dimensi kualitas pelayanan harus lebih meningkatkan semua dimensi yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy* agar memberikan tingkat kepuasan yang tinggi.
2. Perlunya upaya peningkatan kualitas pelayanan agar kepuasan nasabah yang ada di PT. Pegadaian (Persero) UPC Paniki dapat dipenuhi dengan cara, yaitu :
 - a. Hal pertama yang harus dilakukan yaitu mencari tahu apa harapan dari para nasabah sebagai pelanggan dengan cara pemberian waktu yang cukup pada saat nasabah mengeluhkan sesuatu baik dari segi pelayanan.
 - b. Berikutnya hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan yaitu melakukan tes/pelatihan baik dari cara berbicara, cara menawarkan suatu produk dengan jelas, cara menanggapi nasabah yang mempunyai sifat yang berbeda-beda dan cara berpakaian.

- c. Dan upaya terakhir dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu pengawasan. Pengawasan bisa dilakukan dengan memantau kegiatan karyawan dalam hal ini tugas dari kepala unit tersebut. Dengan adanya pengawasan pastinya kepala unit dapat melihat kinerja atau kualitas pelayanan dari pada karyawan kepada nasabah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto S, dan Dolly S. N. 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Studi Kasusdi Perusahaan Penerbangan “X”,Usahawan, No. 03 Tahun XXX, Maret
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi* , 117.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen* , 11.
- Riduwan. 2009. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: ALFABETA
- Santoso dan Astuti. 2003. Analisis Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Kepuasan Nasabah Pada BMT (Baitul Maal Wattamwil) Khasanah di Purwokerto. Hasil Penelitian LPPM Universitas Muhammadiyah, Purwokerto
- Sugiarto. (2002). Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G., 2005, *Service, Quality, & Satisfaction.*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi.* Yogyakarta: Marknesis.