

**MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH  
BERBASIS *SERVICE EXCELLENT* DI PT  
PEGADAIAN CP PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen

Program Studi Manajemen



Disusun oleh:

**Fitriyah**

NIM : 30401900126

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2022**

**SKRIPSI**  
**MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH BERBASIS**  
***SERVICE EXCELLENT* DI PT PEGADAIAN CP**  
**PEKALONGAN**

Disusun oleh:

**Fitriyah**


Nim : 30401900126

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 13 Desember 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

**UNISSULA**  
جامعة سلطان أبو جوح الإسلامية

  
Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si  
NIK. 210499041

SKRIPSI  
MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH BERBASIS  
*SERVICE EXCELLENT* DI PT PEGADAIAN CP  
PEKALONGAN

Disusun oleh:

**Fitriyah**

Nim : 30401900126


Telah dipertahankan di depan penguji

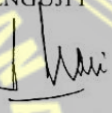
Pada tanggal 12 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

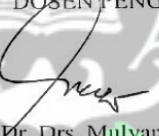
DOSEN PEMBIMBING

DOSEN PENGUJI I

  
Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si  
NIK. 210499041

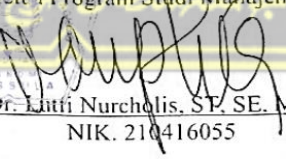
  
Dr. Asyhari, SE, MM

DOSEN PENGUJI II

  
Dr. Drs. Mulyana, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM  
NIK. 210416055

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriyah  
NIM : 30401900126  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Model Peningkatan Kepuasan Nasabah Berbasis *Service Excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan**” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan peneliti skripsi ini.

Semarang, 10 Februari 2023  
Yang menyatakan,

Yang Menyatakan,

  
Fitriyah  
NIM. 30401900126



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berbasis laporan magang MBKM yang berjudul **“MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH BERBASIS *SERVICE EXCELLENT* DI PT PEGADAIAN CP PEKALONGAN.”**

Sholawat serta salam kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pemimpin umat yang menjadi teladan dan dinantikan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Tujuan dari penulisan skripsi berbasis laporan magang MBKM ini merupakan pemaparan kegiatan magang yang menjadi bagian dari program kampus merdeka yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta untuk memenuhi syarat dalam kelulusan studi Program Sarjana (S1) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Skripsi berbasis laporan MBKM ini merupakan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan jauh dari sempurna, sehingga tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka penulis sulit dalam menyelesaikannya dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa syukur penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Kedua orangtua, yang selalu memberikan motivasi, semangat, kasih sayang dan doa kepada penulis.
2. Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu bersedia memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi berbentuk laporan MB-KM.
3. Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., M.Hum.
4. Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
5. Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendukung kelancaran program magang MB-KM.
7. Bapak Sudaryanto, SE. selaku dosen supervisor dan seluruh staff karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan yang telah membantu proses pelaksanaan kegiatan magang.
8. Bapak Chaeru Sjr'roni, SE selaku Pemimpin Cabang PT Pegadaian CP Pekalongan
9. Teman-teman Pondok Putri Assadah atas kebersamaanya sehingga dapat memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi MBKM.
10. Teman-teman belajar sister Evi Candra Kusuma dan Fitria Lutfiani Falah atas kebersamaanya.

11. Devina Nur Azizah atas kebersamaannya selama magang yang selalu memberikan masukan dan menjadi teman baik.
12. Teman-teman KKN Tematik 122 XIV Fitri Rahmawati, Frieska Ayudya Aryani, Hendri Wijayanto dan Naufal Haidar Fatih atas kebersamaannya dan motivasi.
13. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi dan kebersamaannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi berbasis laporan MBKM masih jauh dari sempurna dan masih banyak hal yang kurang dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi MB-KM ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

**Batang, 13 Desember 2022**

**Penulis,**



**Fitriyah**



**MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH BERBASIS  
*SERVICE EXCELLENT* DI PT PEGADAIAN CP  
PEKALONGAN**

Fitriyah

NIM : 30401900126

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung,  
Semarang, Indonesia

**ABSTRAK**

**Model Peningkatan Kepuasan Nasabah berbasis *Service Excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan.** Skripsi ini disusun berdasarkan pengalaman magang MBKM di PT Pegadaian CP Pekalongan. Tujuan skripsi adalah menghasilkan model peningkatan kepuasan nasabah berbasis *service excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan. Untuk mencapai tujuan tersebut data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi selama melaksanakan magang. Analisis data menggunakan studi komparasi antara aktivitas real di lapangan dengan praktik terkait atau teori ideal dalam menyelesaikan kasus di tempat magang. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah perlu ada peningkatan *service excellent* atau kualitas pelayanan dengan baik. Saran dan rekomendasi disampaikan untuk perubahan kualitas pelayanan Pegadaian CP Pekalongan.

**Kata Kunci:** *Kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah di PT Pegadaian*



**MODEL PENINGKATAN KEPUASAN NASABAH BERBASIS  
*SERVICE EXCELLENT* DI PT PEGADAIAN CP  
PEKALONGAN**

Fitriyah

NIM : 30401900126

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung,  
Semarang, Indonesia

**ABSTRACT**

**Customer Satisfactin Improvement Model Based On Service Excellent at PT Pegadaian CP Pekalongan.** This thesis was prepared based on the MBKM internship experience at PT Pegadaian CP Pekalongan. The purpose of the thesis is to produce a model of increasing customer satisfaction based on excellent service at PT Pegadaian CP Pekalongan. To achieve this goal, data was collected through interviews and observations during the internship. Data analysis uses comparative studies between real activities in the field with related practices or ideal theories in solving cases at the internship. To increase customers, there needs to be an increase in service excellent or satisfaction with good service quality. Suggestions and recommendations are submitted for changes in the quality at Pegadaian CP Pekalongan.

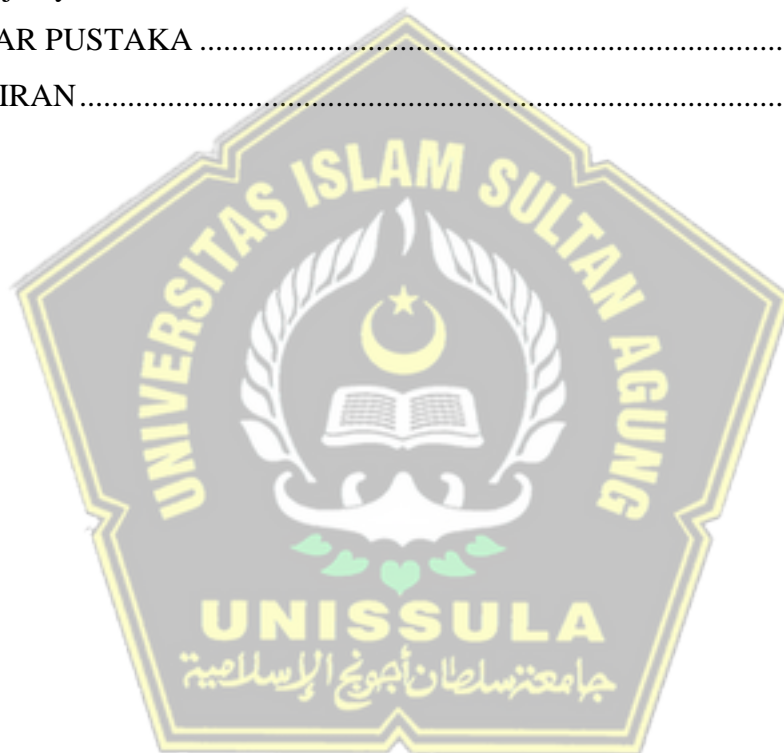
*Keywords: Service quality, customer satisfaction at PT Pegadaian*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN UNGGAH KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	ivi
ABSTRAK .....	vx
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	ixi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Tujuan Magang.....	5
1.3 Sistematika Skripsi Berbasis Laporan Magang MB-KM.....	6
<b>BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG.....</b>	<b>8</b>
2.1 Profil Organisasi.....	8
2.2.1 Sejarah Pegadaian .....	8
2.1.2 Tujuan Perusahaan .....	9
2.1.3 Visi dan Misi Pegadaian.....	9
2.1.4 Proses bisnis.....	10
2.1.5 Struktur organisasi .....	12
2.1.6 Produk dan layanan .....	16
2.2 Aktivitas Magang .....	26
<b>BAB III IDENTIFIKASI MASALAH .....</b>	<b>30</b>
3.1. Kondisi PT Pegadaian .....	30
3.1.1. Aspek pemasaran .....	30
3.1.2. Aspek sumber daya manusia.....	32
3.1.3. Aspek operasional .....	33
3.1.4. Aspek keuangan .....	35
3.1.5. Aspek Akuntansi .....	35

3.2. Permasalahan PT Pegadaian.....	35
<b>BAB IV KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>38</b>
4.1 Kualitas pelayanan .....	38
4.1.1 <i>Service Excellent</i> .....	44
4.1.2 Kepuasan nasabah .....	47
4.2 Pelatihan .....	50
4.3 Promosi.....	51
<b>BAB V METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>56</b>
5.1 Metode pengumpulan data .....	56
5.1.1 Wawancara.....	56
5.1.2 Observasi.....	57
5.2 Analisa Data.....	57
<b>BAB VI HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
6.1 Hasil Analisis Data.....	59
6.2 Pembahasan .....	62
6.2.1 Aspek Pemasaran .....	62
6.2.2 Aspek Sumber Daya Manusia.....	72
6.2.3 Aspek Operasional .....	73
6.2.4 <i>Service Excellent</i> .....	87
6.2.5 Kepuasan Nasabah .....	93
<b>BAB VII.....</b>	<b>98</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>98</b>
7.1 Kesimpulan.....	98
7.2 Rekomendasi terkait dengan hasil analisis data .....	99
<b>BAB VIII REFLEKSI DIRI.....</b>	<b>102</b>
8.1 Hal Positif Yang diterima Selama Perkuliahan dan Relevan Di Tempat Magang .....	102
8.2 Manfaat Magang.....	103
8.2.1 Manfaat kegiatan Magang terhadap Pengembangan soft-skill penulis	103

8.2.2	Kekurangan softskill yang belum Didapat penulis selama magang	104
8.3	Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif yang dimilikinya .....	104
8.3.1	Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif..	104
8.3.2	Kekurangan kemampuan kognitif .....	105
8.4	Kunci sukses dalam Bekerja.....	105
8.5	Rencana Perbaikan atau Pengembangan diri, Karir, dan Pendidikan selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA .....		107
LAMPIRAN.....		110





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

PT Pegadaian merupakan lembaga keuangan bukan bank milik negara, dimana lembaga ini memiliki aktivitas penyaluran uang pinjaman kepada masyarakat baik untuk kepentingan produktif ataupun konsumtif atas dasar hukum gadai. Usaha gadai itu sendiri memiliki pengertian kegiatan dengan cara barang berharga yang dimiliki dijaminkan kepada pihak Pegadaian dengan maksud untuk memperoleh uang pinjaman dan nantinya ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara kedua belah pihak yaitu nasabah dengan pihak gadai.

Dalam aktivitas menyalurkan uang pinjaman dilakukan dengan cara mudah, cepat dan aman. Bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pinjaman tidak perlu menjual barangnya tetapi barangnya dijadikan jaminan sesuai dengan nilai taksiran barang tersebut. Ketentuan barang jaminan yaitu dengan membawa benda bergerak dan bernilai ekonomis seperti barang perhiasan (emas, perhiasan, emas batangan, dan berlian) ataupun kendaraan (mobil, sepeda motor, dan sepeda). Selain itu juga, nasabah perlu menyerahkan formulir dan identitas diri.

PT Pegadaian CP Pekalongan merupakan salah satu bagian dari PT Pegadaian Kanwil XI Semarang yang memiliki tugas dan misi yang sama yaitu melayani masyarakat sebaik mungkin dalam produk gadai. Sebagai



lembaga yang melayani di bidang jasa, maka perlu memberikan pelayanan yang optimal agar tercapai kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan seseorang merasakan senang ataupun kecewa terhadap kinerja dari produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan yang dapat terpenuhi. Maka dari itu setiap perusahaan saat ini menyadari bahwa pentingnya nasabah dalam memberikan kepuasan.

Adapun umpan balik pelanggan yaitu berupa respon yang sering dilakukan oleh pelanggan dalam ketidakpuasan atas pelayanan yaitu berpindah ke jasa layanan lain, komplain atas layanan yang diberikan yang diberikan dan menyebarkan hal negatif dari mulut ke mulut (Kobero & Swallehe, 2022). Berpindah ke jasa layanan lain yang berarti memutuskan hubungan dengan penyedia sebelumnya dan berpindah ke penyedia jasa layanan baru. Komplain yang disebabkan karena pelayanan yang diperoleh oleh pelanggan lebih rendah daripada ekspektasi pelanggan. Respon yang terakhir yaitu menyebarkan hal negatif dari mulut ke mulut yang mencakup interaksi dengan orang lain atau sosial media yang dapat menyebar dengan cepat dan luas.

Dari hal tersebut perusahaan perlu dengan adanya berbagai saran dan masukan baik dari nasabah ataupun karyawan agar perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan dalam memberikan layanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Faktor penentu kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk, kualitas layanan, emosi, harga dan biaya (Ritonga & Pane, 2020).

Salah satu faktor mencapai kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ketepatan dalam menyampaikan informasi agar harapan nasabah terpenuhi (Sembiring, 2014). Menurut Chaniago & Khare, (2021) kualitas pelayanan merupakan hasil dari penilaian nasabah terhadap kehandalan dan keunggulan pelayanan secara menyeluruh. Nasabah akan membandingkan apa yang diperoleh dan diharapkan dengan apa yang mereka dapatkan.

Salah satu kunci keberhasilan kegiatan usaha adalah jasa, khususnya jasa pegadaian yaitu pelayanan yang berkualitas dengan prinsip pelayanan cepat, tepat, menyenangkan, sesuai dengan proses dan prosedur (Berthanila, 2017). Bagi perusahaan pelayanan nasabah memiliki arti yang sangat penting, karena apabila tanpa pelayanan yang baik maka dapat berdampak pada nasabah yang tidak puas (Chaniago & Khare, 2021). Apabila perusahaan tidak memberikan pelayanan yang baik maka dapat mengakibatkan ketidakpuasan nasabah.

Menurut pendapat Parasurama A., Berry Leonardo L. and Zeithaml Valrie (1991) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan dalam mencapai suatu kualitas pelayanan yang optimal yaitu *tangibles* (bukti nyata) , *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphathy* (empati).

Dengan lima dimensi pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Nasabah akan menilai jasa yang digunakan apakah jasa tersebut sesuai dengan apa

yang diperoleh atau tidak. Dengan begitu kepuasan nasabah diperoleh ketika menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan observasi selama magang karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan sudah berusaha memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah. Namun, terdapat nasabah yang masih kurang puas mengenai sistem pelayanan yang diberikan. Kekurangan dalam hal pelayanan yang ditemui di PT Pegadaian mengenai nasabah yang menunggu terlalu lama Hal ini disebabkan karena kurangnya kemampuan karyawan dalam melayani nasabah dan lambatnya pelayanan. Dengan hal tersebut mengakibatkan loket pelayanan ramai pada saat nasabah menggadai, memperpanjang gadai dan menebus barang jaminan.

Nasabah menunggu lama dikarenakan kedatangan nasabah perhari sekitar 20-50 bahkan sampai 100 orang. Hal tersebut menunjukkan karena kedatangan nasabah lebih banyak dari petugas karyawan. Selain itu, nasabah pegadaian lebih memilih menembus, dan memperpanjang masa sewa secara manual bukan dengan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Dengan hal tersebut dapat mengakibatkan nasabah menunggu lama dan dapat berakibat pada ketidakpuasan nasabah.

Selain itu kendala yang dihadapi yaitu terdapat kesalahan dalam memasukkan barang jaminan nasabah A kedalam nasabah B dan sebaliknya. Kesalahan tersebut disebabkan karena ketidaktelitian karyawan dalam melaksanakan tugasnya sehingga menyebabkan kesalahan. Dalam hal tersebut

mengakibatkan nasabah komplain kepada karyawan karena ketidaksesuaian barang jaminan yang diterimanya.

Apabila permasalahan yang terjadi tidak dapat diselesaikan dengan baik, maka ada kemungkinan permasalahan perusahaan akan bertambah dan berdampak pada keseluruhan sistem operasional. Sehingga diperlukan solusi yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi.

Dalam kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan melalui *service excellent*. Dimana *service excellent* ini sikap atau karyawan melakukan cara dalam melayani pelanggan secara maksimal sehingga dapat memuaskan pelanggan (Berthanila, 2017). *Service excellent* bisa meningkat apabila terdapat aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, operasional, dan akuntansi.

Adapun tujuan topik mengenai model peningkatan kepuasan nasabah berbasis *service excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan yaitu dapat memperbaiki kekurangan dalam memberikan pelayanan dan dapat memberikan peningkatan kualitas pelayanan dengan baik (*service excellent*). Dengan adanya peningkatan *service excellent* maka dapat memberikan peningkatan kepuasan nasabah pada PT Pegadaian CP Pekalongan..

## 1.2 Tujuan Magang

Dalam melaksanakan magang MBKM Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang diperolehnya dari bangku kuliah ke dunia kerja dan mendapatkan pengalaman baru di dunia kerja. Tujuan dari magang kerja yaitu:

1. Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan di bangku kuliah dan dapat menerapkan di dunia kerja.
2. Mahasiswa dapat lebih disiplin, dapat bertanggung jawab dan berfikir untuk kedepannya.
3. Mahasiswa dapat mengembangkan cara berpikir dalam peningkatan soft skill dan hard skill.

### **1.3 Sistematika Skripsi Berbasis Laporan Magang MB-KM**

Untuk memberikan gambaran umum mengenai sistematis penulisan skripsi berbasis laporan magang MBKM ini, berikut merupakan penjelasan singkat bab dan sub-bab sebagai berikut:

#### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, tujuan penulisan topik magang, tujuan magang dan sistematika skripsi berbentuk laporan magang MBKM.

#### **BAB II Profil Organisasi dan Aktivitas Magang**

Bab ini menguraikan profil perusahaan secara spesifik dan aktivitas magang berupa uraian tugas pekerjaan.

#### **BAB III Identifikasi Masalah**

Bab ini menjelaskan mengenai masalah-masalah yang dialami pada perusahaan dan memilih masalah penting dari identifikasi serta memberikan penjelasan mengapa masalah yang dipilih perlu dibahas.

#### **BAB IV Kajian Pustaka**

Bab ini membahas mengenai teori dapat digunakan untuk membahas masalah yang di pilih.

#### **BAB V Metode Pengumpulan data dan Analisis Data**

Bab ini memuat mengenai pengumpulan data dan analisis data untuk mendapatkan informasi dari perusahaan.

#### **BAB VI Hasil Analisis Data dan Pembahasan**

Pada bab ini menguraikan mengenai hasil analisis data dan pembahasan yang berisi mengenai masalah, praktik yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyelesaikan masalah, dengan teori yang digunakan sehingga dapat memberikan rekomendasi terhadap tempat magang.

#### **BAB VII Kesimpulan dan Rekomendasi**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan mengenai analisis masalah dari topik yang dibahas dan rekomendasi mengenai hal yang perlu diperbaiki bagi peserta magang dan juga karyawan pada perusahaan tempat magang.

#### **BAB VIII Refleksi Diri**

Menjabarkan hal positif yang diterima selama perkuliahan yang memiliki manfaat terhadap pekerjaan selama magang, pengembangan soft skills dan kekurangan soft skill, pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan, kunci sukses dalam bekerja serta rencana perbaikan mengenai karir ataupun pendidikan untuk kedepannya.



## BAB II

### PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

#### 2.1 Profil Organisasi

##### 2.2.1 Sejarah Pegadaian

Sejarah Pegadaian dimulai pada tanggal 20 Agustus 1746 pada masa Pemerintahan Belanda (VOC) yang mendirikan lembaga keuangan untuk memberikan kredit dengan sistem gadai atau disebut Bank Van Leening.

Pada tahun 1811 ketika pemerintahan Hindia Belanda diambil alih oleh Inggris Bank Van Leening dibubarkan dan masyarakat mendapatkan kesempatan dalam pendirian usaha Pegadaian dengan menggunakan lisensi dari daerah masing-masing (licentie stelsel). Namun, dalam aktivitas Pegadaian ini dipandang sebagai lintah darah dan tidak menghasilkan laba untuk pemerintahan pada masa itu.

Tahun 1901 tanggal 12 Maret, Pemerintah Hindia Belanda berkuasa kembali dan menerbitkan peraturan Staatsblad (Stbl) No. 131 mengenai Pegadaian. Pegadaian merupakan usaha monopoli pemerintah yang berdiri pada tanggal 1 April 1901 di Sukabumi, Jawa Barat. Sehingga, pada tanggal tersebut diperingati sebagai hari berdirinya Pegadaian.

Pada tahun 1905 Pegadaian resmi menjadi Pegadaian bentuk Jawatan. Dimana gedung kantor pusat Jawatan Pegadaian terletak di jalan Kramat raya

162, Jakarta dan dipindahkan ke jalan Kramat Raya 132 pada masa pendudukan Jepang karena pada saat itu dijadikan tempat tawanan perang.

Setelah era kemerdekaan, Pegadaian dikelola oleh Pemerintah Indonesia. Dalam perjalanannya, Pegadaian mengalami beberapa kali perubahan status. Dimulai dari Perusahaan Negara (PN) pada 1 Januari 1961 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) pada tahun 1969. Selanjutnya diganti dengan Perusahaan Umum (Perum) pada tahun 1990. Pada tahun 2011, Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Perseroan (PT Persero) hingga saat ini.

### **2.1.2 Tujuan Perusahaan**

- 1). Pegadaian membantu masyarakat yang membutuhkan solusi pembiayaan, mencegah pinjaman online, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 2). Pegadaian berkembang menjadi solusi bisnis melalui berbagai produk dan layanan seperti produk pembiayaan gadai dan fidusia bagi masyarakat yang membutuhkan likuiditas (pendanaan), investasi emas secara mudah dan aman, serta produk jasa (remittance dan payment) bagi masyarakat yang membutuhkan.

### **2.1.3 Visi dan Misi Pegadaian**

#### **Visi**

Menjadi The Most Valuable Financial Company di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

## **Misi**

- 1) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan value proposition kepada nasabah dan stakeholders. Memberikan layanan prima dengan fokus pelanggan:
  - a. Proses bisnis yang lebih sederhana dan digital.
  - b. Teknologi Informasi yang handal dan terkini.
  - c. Praktik manajemen risiko yang kuat.
  - d. Sumber daya manusia yang profesional dengan budaya kinerja yang baik.

### **2.1.4 Proses bisnis**

#### **1). Pemberian kredit gadai**

- a. Nasabah datang ke Pegadaian, mengisi formulir, lalu ke loket dengan menyerahkan kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) dan barang jaminan yang akan digadaikan.
- b. Footocopy kartu identitas dan barang jaminan di kertas formulir yang telah diisi oleh nasabah.
- c. Barang jaminan di taksir untuk menentukan nilai dan jumlah uang pinjaman.
- d. Konfirmasi kepada nasabah mengenai jumlah uang pinjaman dan metode pencairan dengan di transfer ke rekening nasabah atau

cash. Terdapat proses approval dari internal pegadaian secara berjenjang sesuai jumlah uang pinjaman yang diperoleh.

- e. Pemrosesan surat perjanjian kredit (Surat Bukti Gadai) dengan memasukan ke dalam system passion.
- f. Penandatanganan surat bukti gadai (SBG) antara petugas pegadaian dan nasabah. Untuk asli SBG (lembar pertama) dibawa nasabah dan salinan (lembar kedua) disimpan Pegadaian.
- g. Penerimaan uang pinjaman dari kasir untuk nasabah sesuai dengan jumlah uang pinjaman yang telah disepakati oleh kedua pihak.

## **2). Perpanjangan Gadai**

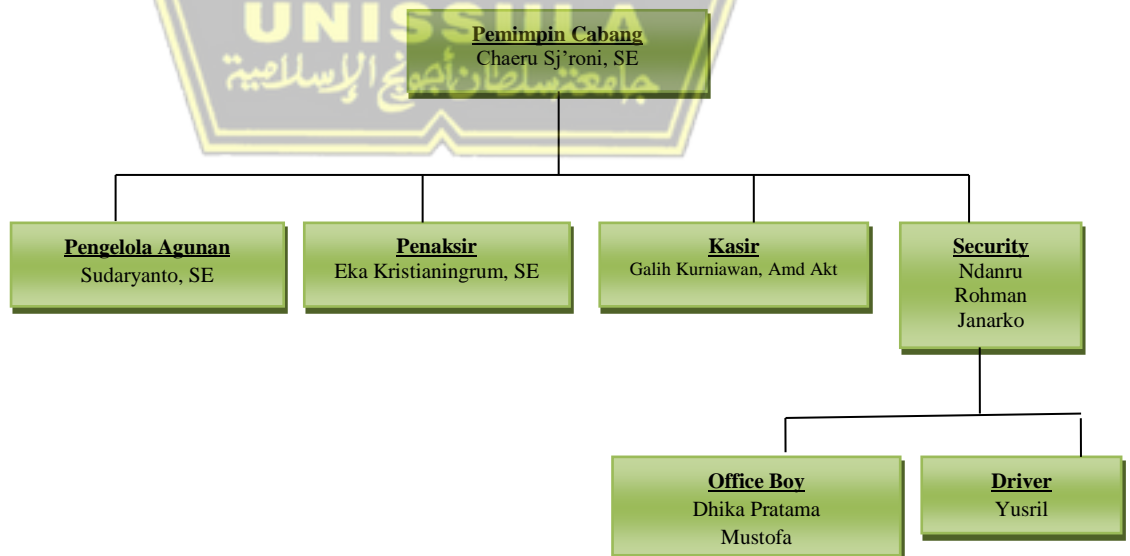
- a. Nasabah atau orang yang mewakilkan datang pegadaian dan diarahkan oleh security untuk mengambil nomor antrian dan dipersilahkan duduk terlebih dahulu untuk menunggu antrian.
- b. Apabila dipanggil oleh petugas pegadaian (kasir), nasabah menyerahkan Surat Bukti Gadai.
- c. Petugas pegadaian (kasir) menghitung jumlah kewajiban nasabah berupa cicilan (jika ada), sewa modal dan biaya administrasi.
- d. Nasabah membayar sejumlah kewajiban yang telah disampaikan oleh kasir.
- e. Setelah petugas memproses perpanjangan atau angsuran kredit gadai, nasabah membawa kembali surat bukti gadai dan bukti transaksinya.

### 3). Pelunasan gadai dan penyerahan barang jaminan Gadai

- a. Nasabah atau orang mewakilkan datang ke Pegadaian dan mengambil nomor antrian.
- b. Nasabah dipanggil dengan nomor antrian oleh kasir dan menyerahkan Surat Bukti Gadai dan identitas asli atau surat kuasa.
- c. Kasir menghitung jumlah kewajiban nasabah dengan perhitungan dari pokok pinjaman dan sewa modal.
- d. Nasabah membayar jumlah kewajiban yang sudah disampaikan oleh kasir.
- e. Petugas mengambil barang jaminan dari ruang penyimpanan sesuai dengan Surat Bukti Gadai milik nasabah.
- f. Serah terima barang jaminan dari petugas pegadaian ke nasabah.

#### 2.1.5 Struktur organisasi

Struktur organisasi PT Pegadaian CP Pekalongan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Dari struktur organisasi Pegadaian CP Cabang Pekalongan, berikut merupakan uraian tugas struktur Pegadaian CP Cabang Pekalongan:

1). Pemimpin Cabang

Pemimpin cabang memiliki fungsi yaitu mengordinasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan aktivitas operasional, administrasi dan keuangan perusahaan.

Tugas Pemimpin Cabang yaitu :

- a. Mengendalikan dan memantau kegiatan operasional unit kerja.
- b. Melaksanakan kegiatan pengendalian internal terhadap kegiatan operasional dan keuangan dibawah koordinasi pimpinan.
- c. Mengoordinasikan dan memonitor kegiatan pelayanan dan kualitas pinjaman gadai dan non gadai kepada nasabah guna mencapai target.

2). Pengelola agunan

Melaksanakan memeriksa barang agunan, penyimpanan dan pengeluaran barang serta pembukuan barang jaminan selain barang sebagaimana mestinya dengan ketentuan yang berlaku untuk ketertiban, keamanan dan keutuhan barang agunan.

Tugas pengelola agunan yaitu:

- a. Melaksanaan pengelolaan barang agunan produk gadai dan non gadai dengan mengelompokkan barang agunan sesuai rubrik, bulan kredit dan sesuai urutan nomor SBK.



- b. Menjaga keamanan dan kebersihan tempat penyimpanan barang jaminan untuk mengamankan barang menjaga barang jaminan dalam kondisi baik, aman, dan terawat.
- c. Melakukan pengecekan secara berkala terhadap kondisi gudang penyimpanan agunan selain barang kantong.

### 3). Penaksir Cabang

Fungsi penaksir merupakan penentuan mutu dan nilai barang agunan berdasarkan ketentuan yang berlaku agar terwujudnya penentuan uang pinjaman yang wajar dan citra baik Pegadaian.

Tugas Penaksir yaitu :

- a. Melakukan penaksiran terhadap barang agunan untuk penentuan dan penetapan uang pinjaman maksimum dan golongan taksiran.
- b. Menaksir terhadap barang agunan yang akan dilelang, mutu dan nilai, dan penentuan harga dasar barang yang akan dilelang.
- c. Menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan sesuai dengan data nasabah agar terjamin kesesuaian dan keamanan.

### 4). Kasir

Kasir merupakan melakukan penerimaan dan pembayaran sesuai dengan peraturan yang berlaku yang bertujuan untuk kelancaran aktivitas operasional perusahaan.

Tugas kasir yaitu:

- a. Melayani nasabah yang akan gadai, pelunasan, dan perpanjangan dari nasabah sesuai dengan ketentuan perusahaan.

- b. Mencatat transaksi penerimaan dan pengeluaran uang untuk produk dan operasi, baik tunai maupun non tunai.
- c. Mengelola kas untuk mendukung aktivitas transaksi operasional dan pembayaran lainnya di kantor cabang.
- d. Melaksanakan verifikasi awal dan akhir, pemeriksaan kelengkapan jumlah dan keaslian dokumen transaksi.
- e. Menghitung, mencatat, dan administrasi dokumen atau transaksi lainnya pada penerimaan dan pengeluaran.
- f. Menerima uang dari hasil penjualan barang lelang.

5). *Security*

Fungsi *security* yaitu melaksanakan dan pengendali ketertiban dan keamanan di lingkungan Perusahaan.

Tugas *security* yaitu:

- a. Mengatur ketertiban dan keamanan di Perusahaan.
- b. Memberikan penjelasan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.
- c. Mengambil dan mengantarkan modal kerja ke Unit Cabang serta menyetor uang ke bank.

6). *Office Boy*

Fungsi *office boy* yaitu membersihkan dan menjaga kebersihan ruang nasabah maupun karyawan dan kerapian di lingkungan perusahaan.

Tugas *office boy* yaitu:

- a. Membersihkan dan merapihkan pada saat pagi hari sebelum peralatan kerja digunakan.
- b. Membantu karyawan perusahaan guna untuk kelancaran kegiatan operasional perusahaan
- c. Membersihkan peralatan dan ruang kerja sesudah kegiatan operasional selesai.

## 2.1.6 Produk dan layanan

### 1). Bisnis Gadai

#### (1) Gadai KCA (Kredit Cepat Aman)

Pegadaian KCA merupakan solusi cekatan, mudah, dan keamanan dijamin untuk mendapatkan pinjaman dengan barang agunan seperti perhiasan emas/permata, logam mulia, kendaraan bermotor, handhphone, dan laptop. Untuk persyaratan gadai KCA ini hanya membawa KTP dan barang jaminan serta mengisi formulir di Pegadaian.

Adapun produk KCA meliputi :

#### a. KCA Reguler

Pemberian mulai dari Rp50.000 dengan dikenakan sewa modal maksimal 1,2% (dari uang pinjaman) per 15 hari dengan diberi waktu maksimal 4 bulan, dan dapat diperpanjang.

#### b. KCA Fleksi

Pemberian kredit dengan waktu fleksibel dengan biaya administrasi 1% dari uang pinjaman dengan dikenakan sewa modal

mulai 0,25% untuk 5 (lima) hari pertama dan selanjutnya akan dikenakan tariff 0,05% per hari.

c. KCA Bisnis

Pinjaman mulai dari Rp 100.000.000 dengan suku bunga mulai dari 0,65% hingga 0,95% sesuai dengan besarnya pinjaman.

d. KCA Prima

Pinjaman diberikan mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 500.000 dengan sewa modal 0%. Nasabah dikenakan biaya administrasi mulai dari Rp2.000 hingga Rp5.000 dan tenor maksimal 60 hari..

(2) KRASIDA (Kredit Angsuran Sistem Gadai)

Krasida merupakan pemberian kredit berdasarkan angsuran dengan jangka waktu 6, 12, 18, 24 dan 36 bulan dengan barang jaminan emas dan sewa modal yang ditentukan berdasarkan dengan jangka waktu dimulai dari 1,25 sampai dengan nilai maksimal 1,4% per bulan dengan membawa kartu identitas dan barang jaminan.

Keunggulan :

- a. Prosedur pengajuannya mudah, hanya membawa emas sebagai jaminan.
- b. Pinjaman yang diberikan dapat mencapai 95% dari nilai taksiran agunan dimulai dari 1.000.000 sampai 25.000.000.
- c. Melakukan pelunasan dapat kapan saja dengan memberikan potongan sewa modal.
- d. Sewa modal relatif murah dengan cicilan setiap bulan.

### (3) Gadai Efek Konvensional

Gadai efek konvensional merupakan pinjaman dengan barang agunan dalam bentuk surat berharga dalam bentuk saham dan/atau obligasi yang tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan jangka waktu 90 hari dan dapat diperpanjang dengan tarif sewa modal ditetapkan sesuai jangka waktu kredit dengan nilai 15% per tahun (360 hari).

Persyaratan:

Tabel 2.1 persyaratan pegadaian gadai efek konvensional

<b>Individu</b>	<b>Institusi</b>
KTP/paspor	KTP/paspor individu yang mewakili korporasi.
Mempunyai NPWP	Mempunyai Rekening Efek
Mempunyai SID	SID Institusi
Mempunyai jaminan berupa saham dan atau obligasi	AD/ART dan perubahan terakhir
Mempunyai rekening bank dan no hp	Akt pendirian
Mengisi formulir pengajuan	Mengisi formulir pengajuan

Sumber : PT Pegadaian

Keunggulan:

- a. Proses dapat menggunakan aplikasi Pegadaian digital dengan mudah.
- b. Pinjaman yang diberikan dari 5.000.000 sampai 20.000.000.
- c. Sewa modal dapat dijangkau nasabah dan diberi waktu fleksibel.

## 2). Bisnis Kredit Mikro Fidusia

### (1) Kreasi

Pinjaman yang diberikan kepada pengusaha UMKM guna mengembangkan usaha dengan sistem fidusia atau dengan barang agunan berupa BPKB kendaraan bermotor.

Macam-macam produk kreasi meliputi:

a. Kreasi Reguler

Memberikan pinjaman kepada pengusaha UMKM untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia dengan jangka waktu dari 12 sampai 48 bulan, dengan tarif sewa modal dari 0,5% sampai 1% per bulan.

b. Kreasi Ultra Mikro

Uang pinjaman yang ditujukan untuk para pengusaha UMKM mulai dari Rp1.000.000 sampai Rp10.000.000 dengan jangka waktu 3, 4, 6, 12, 24, hingga 36 bulan dengan sistem pembayaran angsuran bulanan. Tarif sewa modal yang dikenakan mulai dari 1,25% sampai 12%.

c. Kreasi Multi Guna

Memberikan uang pinjaman kepada karyawan tetap/PKWT/hororer, non karyawan (baik profesional/pekerja sektor non formal dengan tarif sewa modal dimulai dari 1,15% sampai 1,5% sesuai dengan besarnya uang pinjaman.

d. Kreasi Express Loan

Gadai yang memberikan uang pinjaman untuk pelaku usaha ultra mikro dan startup diberi waktu 1 sampai 6 bulan dengan



administrasi sewa modal sebesar 1,475% flat/bulan sampai 2,48% flat/bulan sesuai jangka waktu yang sudah ditetapkan.

e. Kresna (Kredit Serba Guna)

Pegadaian memberikan pinjaman bagi karyawan tetap atau karyawan kontrak yang dipekerjakan di Pegadaian untuk memenuhi kepentingan investasi atau kebutuhan konsumtif dengan sistem angsuran dalam jangka waktu 1 tahun sampai 15 tahun ataupun sesuai masa perjanjian kerja.

**3). Bisnis Syariah**

(1) Pegadaian Rahn

Pegadaian memberikan pinjaman cepat, mudah dan aman dengan sistem gadai prinsip Syariah untuk kebutuhan konsumtif atau produktif dengan pengenaan biaya pemeliharaan (mu'nah) dari 0,47% yang diperoleh dari taksiran per 10 hari dengan jangka waktu kredit maksimum 120 hari.

Keunggulan : 

- a. Pelayanan rahn tersedia seluruh Indonesia dan aplikasi Pegadaian Syariah Digital.
- b. Pinjaman (marhunBih) dimulai 50.000 sampai 1 milyar keatas.
- c. Prosedur pengajuan yang mudah dan tidak perlu membuka rekening.
- d. Jangka waktu yang diberikan 4 bulan dan dapat diperpanjang berkali-kali.

(2) Rahn Tasjily Tanah

Gadai dengan barang agunan berupa sertifikat tanah dengan sistem gadai berprinsip syariah bagi pemilik penghasilan tetap, pengusaha mikro, pengusaha kecil dan petani dengan pinjaman yang diberikan kepada nasabah mulai dari 1.000.000 sampai 200.000.000 ditambah dengan adanya biaya administrasi 70.000 serta biaya pemeliharaan dari 0,70% per bulan dalam jangka waktu 3,4,6,12, 18, 24, 36, 48, dan 60 bulan.

(3) Arrum (Ar Rahn untuk Usaha Mikro/Kecil)

Pembiayaan dengan prinsip syariah untuk pengusaha UMKM dengan jaminan BPKB dan emas dengan sistem angsuran bulanan dan dapat dilunasi sewaktu-waktu.

Produk Arrum pada bisnis Syariah meliputi:

a. Arrum Mikro

Pembiayaan dengan jaminan BPKB kendaraan bagi pelaku usaha dengan cara kendaraan tetap pada nasabah sehingga dapat menunjang usahanya dan ditambah dengan adanya biaya pemeliharaan sebesar 0,70% per bulan flat dari harga kendaraan dengan waktu pembiayaan 12 hingga 48 bulan.

b. Arrum Emas

Pembiayaan dengan jaminan perhiasan emas berupa emas lantakan atau perhiasan, dan untuk barang jaminan disimpan di Pegadaian dengan tarif pemeliharaan sebesar 0,95% per

bulan flat dari taksiran Barang Jaminan (Emas) dengan jangka waktu pembiayaan 12, 18, 24, 36 bulan.

c. Arrum Haji

Merupakan pembiayaan dengan jaminan emas serta berkas pendaftaran untuk haji disimpan di Pegadaian. Tarif Mu'nah sebesar 0,95% per bulan flat dari taksiran barang agunan dengan waktu pembiayaan 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.

d. Arrum Safar

Merupakan pembiayaan dengan barang agunan emas dan barang berharga lainnya yang disimpan di Pegadaian. Tarif Mu'nah sebesar 0,65% per bulan flat dari Taksiran Barang agunan.

(4) Amanah

Merupakan pembiayaan yang diberikan kepada kepemilikan kendaraan bermotor baru atau bekas pakai sesuai prinsip Syariah yang ditujukan kepada karyawan, pengusaha UMKM serta Profesional Dokter, Bidan dan Notaris.

#### 4). Pembiayaan Emas

(1) Mulia

Sarana untuk para nasabah yang akan berinvestasi berupa emas dengan pembayaran secara angsuran dalam waktu yang telah ditentukan. Mulia yang telah ditawarkan oleh Pegadaian yaitu berlogo PT Antam dengan ukuran yang bervariasi dari 5 gram, 10

gram, 25 gram sampai dengan 1 kilogram. Dengan syarat ketentuan apabila para nasabah belum melunasi biaya yang telah ditentukan maka barang tersebut disimpan oleh pihak Pegadaian.

## (2) Tabungan Emas

Selain sarana berinvestasi dengan cara mengansur, Pegadaian juga menyediakan layanan dari mulai jual, beli ataupun dengan titip emas logam mulia dari 0,01 gram yang dicatat dalam rekening tabungan emas dan dengan syarat fisik dari emas tersebut dapat dicetak apabila tabunga dengan minimal lima gram.

Keunggulan :

1. Pemesanan cetak emas bisa dilakukan mulai dari 1 gram.
2. Biaya administrasi dan manajemen dengan biaya yang rendah.
3. Dijamin karatse 24 karat.
4. Nasabah dapat melakukan pembelian kembali mulai dari 1 gram.
5. Nasabah dapat mentransfer ke rekening tabungan emas dan membeli tabungan emas mulai dari 0,1 gram.

## 5). Bisnis Jasa Lainnya

### (1) Jasa Titipan

Apabila nasabah terdapat kesulitan dalam pengamanan barang berharga di rumah sendiri. Di Pegadaian ini dapat melayani kepada nasabah yang ingin menitipkan barang atau surat berharga yang

dimiliki dengan dan dengan biaya kompetitif. Media penyimpanan berupa khazanah/strong room maupun Safe Deposit Box.

Berikut merupakan jenis barang dan tarif

Tabel 2.2 jenis barang jasa titip

Jenis barang	Tarif
Perhiasan emas, perak, platina dan lain-lain	20.000/100 gram/bulan
Surat berharga	20.000/100 gram/bulan
giok, pusaka, dan lain-lain	10.000/barang/bulan
Kendaraan roda dua	15.000/10 hari
Kendaraan mobil	30.000/10 hari

Sumber: PT Pegadaian.

#### (2) Pegadaian Properti

Pegadaian memaksimalkan asset yang dimiliki melalui persewaan gedung dalam rangka pernikahan, seminar dan lain-lain, penyewaan ruko, bisnis hotel di seluruh Indonesia yang tersebar di 9 lokasi, pasar bersih Pegadaian.

#### (3) Jasa Taksiran

Layanan Pegadaian yang diberikan kepada nasabah yang ingin mengetahui berapa karat, kualitas, taksiran harga perhiasan, emas dan berlian baik untuk kepentingan investasi ataupun keperluan usaha.

#### (4) Pegadaian MPO (Multi Pembayaran Online)

Layanan transaksi berupa aktivitas pembayaran, tagihan dan pembelian seperti pembayaran listrik, telepon, air, angsuran

kendaraan, pembelian pulsa, token listrik, tiket kereta api, tiket pesawat, game voucher, pajak, asuransi, internet, pajak, tv berlangganan serta pembayaran zakat dan infak. Dan Layanan pembayaran dan pencairan kredit produk Pegadaian secara non tunai.

Keunggulan:

- a. Pembayaran secara berkala.
  - b. Membayar tagihan dapat dilakukan lebih dari satu.
  - c. Dalam bertansaksi mudah dilakukan .
  - d. Tidak hanya datang ke outlet Pegadaian, namun dapat dilakukan melalui aplikasi online Pegadaian Digital service.
- (5) KUCICA (Kiriman Uang Cara Instan, Cepat dan Aman)
- Pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan adanya pengiriman dan penerimaan uang dalam negeri maupun luar negeri bekerja sama dengan beberapa perusahaan skala internasional melalui sistem online di semua outlet.
- (6) Pegadaian G-Lab

Layanan pemeriksaan batu mulia meliputi identifikasi spesies dan varietas, perawatan, dan pemetaan inklusi sebagai identitas batu permata yang tertera dalam memo dan sertifikat dengan biaya yang terjangkau.

## 2.2 Aktivitas Magang

Kegiatan Magang Merdeka Belajar (MBKM) dilaksanakan di PT Pegadaian Kantor cabang CP Pekalongan, Jl. Dr. Cipro Manungkusomo No. 24, Sugihwaras, Kec. Pekalongan Timur selama tanggal 14 Februari 2022 sampai dengan 18 Juli 2022.

Dengan jadwal kerja senin-jum'at 07.30 sampai dengan 16.30 WIB, Sabtu 07.30-12.30 kecuali bulan ramadhan jam kerja menjadi 08.00-15.00 WIB pada hari senin-jumat dan 08.00-12.00 pada hari sabtu. Dalam pelaksanaan Magang MBKM diberikan kesempatan oleh Dosen Supervisor untuk ditempatkan pada frontliner atau bagian pelayanan pada Pegadaian CP Pekalongan.

Adapun uraian kegiatan yang dilaksanakan ketika Magang MBKM di Pegadaian CP Pekalongan :

- 1). Memberikan pelayanan kepada nasabah mengenai program gadai KCA

Pada setiap harinya bertugas untuk menjelaskan kepada calon nasabah yang ingin mendapatkan informasi dan menjawab pertanyaan calon nasabah yang masih kurang paham mengenai gadai KCA. Informasi yang diberikan merupakan syarat dan ketentuan yang berlaku mengenai program yang diinginkan oleh calon nasabah. Khususnya gadai KCA Umi yang diperuntukkan untuk nasabah yang mempunyai usaha mikro. Pada saat melayani calon nasabah, penulis menjelaskan pengetahuan mengenai gadai KCA Umi yang ditawarkan kepada



nasabah, agar nasabah tertarik dengan keuntungan yang didapatkan. Keuntungan yang akan didapatkan oleh nasabah jika menggunakan produk gadai KCA Umi seperti potongan sewa modal pada saat pelunasan, dengan minimal pinjaman uang sebesar Rp. 1.000.000-10.000.000.

2). Membantu melengkapi Formulir Pendaftaran

Calon nasabah yang akan menggadai emas (KCA) perlu mengisi formulir dan memenuhi syarat yang telah ditentukan. Saat mengisi formulir KCA, calon nasabah harus sudah membawa seperti KTP atau identitas lain dan barang yang akan digadaikan.

3). Input data nasabah ke dalam sistem Passion Pegadaian

Input data nasabah merupakan salah satu transaksi di website pegadaian (passion pegadaian) untuk menyimpan data dari nasabah agar PT Pegadaian dapat mengetahui pemilik dari barang agunan agar meminimalisir kesalahan dalam penyerahan barang agunan.

4) Pencatatan dan pembuatan surat kehilangan/kerusakan

Mencatat surat bukti gadai (SBG) nasabah yang hilang di buku besar surat kehilangan atau SBG yang rusak dan membuat surat kehilangan di sistem Pegadaian. Hal ini bertujuan untuk membuktikan keaslian kepemilikan dari pemilik agunan yang kehilangan surat, karena nasabah yang kehilangan surat harus mengurus surat kehilangan di kantor kepolisian terdekat sehingga nantinya dapat mengambil barang agunan sesuai dengan surat bukti gadai (SBG).

5). Melayani pembayaran multipayment

Selain menyediakan jasa layanan gadai, pegadain menyediakan pelayanan seperti pembelian voucher grab, pengisian shopeepay, top up dana, pembayaran tiket kereta api ataupun pembayaran tagihan listrik.

6). Membuat laporan harian

Membuat laporan harian digunakan untuk mencatat, mengetahui dan menyimpan serah terima, barang masuk (pencairan), perpanjangan, dan pelunasan yang terjadi setiap hari di Pegadaian Cabang CP Pekalongan. Khusus untuk hari senin membuat laporan harian dan rekap KPI, dimana rekap laporan harian ini mencakup beberapa outlet di Pekalongan seperti CP Pekalongan, UPC Sragi, UPC Kusumabangsa, UPC Kedungwuni, UPC Buaran, dan UPC Wiradesa.

7). Menghubungi nasabah mengenai penambahan pinjaman dan jatuh tempo

Menghubungi nasabah melalui whatsapp yang mendekati jatuh tempo bertujuan untuk mengingatkan nasabah mengenai barang agunan yang akan mendekati jatuh tempo sehingga nasabah dapat menindaklanjuti akan di tebus atau akan diperpanjang, sehingga barang agunan nasabah aman dan tidak di lelang oleh pihak PT Pegadaian Cabang CP Pekalongan.

8). Menyebarkan brosur

Sebelum menyebar brosur penulis membantu marketing Pegadaian dalam mempersiapkan brosur yang akan disebar pada nasabah yang datang langsung di Pegadaian, di pasar atau tempat unit usaha lain. Penyebaran brosur dilakukan di area sekitar PT Pegadaian Cabang Pekalongan. Setelah disiapkan melakukan penyebaran brosur. Seperti yang dilakukan pada saat magang yaitu menyebar brosur ketika ada perpisahan anak SMK dengan tujuan untuk menjalankan promosi sekaligus ketika banyak orang yang tertarik dan menggadai dapat meningkatkan omset PT Pegadaian Cabang Pekalongan.

9). Mengikuti bazar lelang PT Pegadaian

PT Pegadaian CP Pekalongan Bazaar lelang sendiri biasanya dilakukan oleh PT Pegadaian Pekalongan dalam waktu tertentu dan belum dapat dipastikan karena tujuan dari kegiatan bazaar ini adalah untuk menjual barang yang diakibatkan oleh pelanggan yang tidak melakukan pembayaran atas kredit yang diajukan sudah lewat dari tanggal jatuh tempo dan ditetapkan untuk dilelang.

## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

#### **3.1. Kondisi PT Pegadaian**

PT Pegadaian merupakan Lembaga keuangan non bank yang tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang terjadi. Pada tahap identifikasi, masalah yang muncul di PT Pegadaian ditempuh dengan cara melakukan wawancara langsung dengan para karyawan dan juga observasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap karyawan ataupun nasabah yang datang di PT Pegadaian CP Pekalongan. Hasil dari wawancara dan observasi diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh PT Pegadaian CP Pekalongan yaitu:

##### **3.1.1. Aspek pemasaran**

###### **1). Komunikasi kurang efektif pada pemasaran.**

Dalam PT Pegadaian memiliki macam produk seperti produk KCA, krasida, Amanah, Mulia dan Emasku. Namun, banyak nasabah yang hanya mengetahui bahwa Pegadaian hanya menerima gadai cepat aman (KCA).

Berdasarkan observasi selama magang, Pegadaian kurangnya komunikasi pemasaran dalam menawarkan produk. Apabila nasabah tidak bertanya mengenai produk yang ada di Pegadaian kurang dalam memberikan informasi mengenai produk Pegadaian. Dimana nasabah

yang datang menggadaikan barang langsung menggunakan produk gadai kredit cepat aman.

Untuk memenuhi kepuasan nasabah perlu adanya komunikasi pemasar. Tanpa komunikasi pemasar, nasabah tidak mengetahui mengenai produk ataupun layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu karyawan harus memiliki suatu kemampuan dalam melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik guna mencapai kepuasan nasabah.

2). Promosi yang kurang konsisten.

Promosi merupakan faktor dalam perwujudan penjualan perusahaan. Dalam PT Pegadaian CP Pekalongan produk yang dimiliki oleh PT Pegadaian memiliki berbagai macam. Namun, yang dilakukan oleh PT Pegadaian CP Pekalongan kurang konsisten dalam memperkenalkan produk bagi calon nasabah. Sehingga nasabah hanya mengetahui produk yang biasa digunakan saja tidak mengenal produk lain yang ditawarkan oleh PT Pegadaian CP Pekalongan.

3). Seringkali nasabah tidak bisa membedakan nilai taksiran dengan uang pinjaman mengakibatkan nasabah tidak jadi untuk menggadaikan.

Dalam proses mendapatkan uang pinjaman Pegadaian dengan cara barang yang akan digadaikan diserahkan kepada karyawan untuk ditaksir. Nilai taksiran inilah yang akan menjadikan landasan bagi Pegadaian dalam menentukan jumlah uang pinjaman kepada nasabah

yang diberikan. Taksiran merupakan harga atau nilai dari barang tersebut. Penentuan jumlah uang pinjaman disesuaikan dengan presentase terhadap nilai taksiran yang ditentukan oleh Pegadaian berkisar 92%. Dimana uang pinjaman harus lebih rendah dari taksiran.

Namun, seringkali nasabah bingung bahkan tidak mengetahui mengenai nilai taksiran dan uang pinjaman, sehingga mengakibatkan nasabah tidak jadi untuk menggadaikan karena nilai taksiran dengan uang pinjaman yang diterima berbeda.

### 3.1.2. Aspek sumber daya manusia

- 1). Pelatihan yang belum maksimal mengenai *service excellent*, menunjukkan bahwa masih ada pekerjaan yang tidak selesai tepat waktu. Dalam hal ini kualitas SDM memiliki kemampuan kurang optimal dalam melakukan pekerjaan sehingga pelayanan yang diberikan kepada nasabah masih lambat.
- 2). Pemimpin yang memberikan instruksi kepada karyawan kurang jelas. Dalam menjalankan aktifitas pada perusahaan. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam berinteraksi antar karyawan dengan pimpinan ataupun sebaliknya. Tanpa adanya komunikasi antara pimpinan dengan karyawan dengan baik maka dapat berdampak pada tidak terlaksana tujuan yang direncanakan oleh perusahaan. Dalam kendala arus komunikasi dalam penyampaian terhadap karyawan tidak berjalan dengan baik, dimana pesan yang disampaikan pimpinan terhadap karyawan yang terkadang ditafsirkan dengan salah.



### 3). Kurangnya disiplin karyawan

Disiplin karyawan merupakan suatu sikap dan tingkah laku sesuai dengan peraturan baik tertulis maupun tidak tertulis dalam perusahaan. Namun, dalam PT Pegadaian CP Pekalongan masih terdapat kendala yang dialami seperti karyawan yang keluar ketika jam kerja dan istirahat melebihi jam istirahat.

#### 3.1.3. Aspek operasional

Identifikasi permasalahan mengenai manajemen operasional di PT Pegadaian CP Pekalongan yaitu mengenai sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan:

##### 1). *Tangible* (bukti fisik)

Dalam bukti fisik ini kemampuan perusahaan dalam menampilkan dan kemampuan sarana maupun prasarana fisik dan lingkungan perusahaan merupakan suatu bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Apabila dalam bukti fisik masih kurang dapat dikatakan pelayanan yang diberikan kurang optimal. Pada PT Pegadaian kendala yang didapatkan yaitu:

- a. Nasabah menunggu lama dan menyebabkan antrian yang panjang, dalam hal ini dapat memungkinkan penurunan kualitas pelayanan dan menurunkan kepuasan nasabah.
- b. Mesin fotocopy beroperasi lama sehingga menghambat dalam fotocopy barang jaminan maupun identitas nasabah (KTP) sehingga



dengan adanya lamanya operasi dalam mesin dapat menghambat jalannya proses transaksi.

c. Kurangnya sarana tempat duduk nasabah , dalam hal tersebut dapat berakibat pada ketidaknyamanan nasabah. Ketidaknyamanan tersebut dapat berakibat pada kurangnya kepuasan nasabah.

2) *Reability* (kehandalan)

Kurang cermatnya karyawan dalam memasukan barang jaminan nasabah A kedalam nasabah B dan sebaliknya. Apabila karyawan kurang cermat dalam memberikan pelayanan yang diberikan maka nasabah tidak sesuai apa yang diharapkan nasabah maka pelayanan akan menjadi kurang baik.

3) *Responsivess* (daya tanggap)

Karyawan yang bertugas sebagai penaksir kurang tanggap dalam melayani nasabah. Dalam hal tersebut nasabah yang menunggu lama akan menimbulkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan karena karyawan yang memberikan layanan tidak tanggap.

4) *Assurance* (jaminan)

Kurang dalam memberikan ketepatan waktu dalam melayani gadai nasabah.

5) *Empathy* (empati)

Membeda-bedakan antara nasabah yang datang ke Pegadaian CP Pekalonga Seperti tidak menyapa nasabah yang baru ataupun tidak dikenal oleh karyawan Pegadaian.

### 3.1.4. Aspek keuangan

Dalam proses menilai kinerja perusahaan dari sisi keuangan dengan memantau dan mengamati mengenai hasil pada laporan keuangan pada perusahaan. Kendala yang dihadapi oleh PT Pegadaian CP Pekalongan dalam aspek keuangan:

1). OSL (Out standing loan) merupakan nilai pencairan produk pegadaian lebih rendah dari pada pelunasan sehingga mengalami penurunan (minus).

2). Total keuntungan gadai menurun.

Tingkat keuntungan merupakan alat ukur yang dapat menganalisis kinerja manajemen perusahaan, pada tingkat keuntunga ini menggambarkan laba yang diperoleh perusahaan.

### 3.1.5. Aspek Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (MIS Pegadaian) yang tidak bisa diakses oleh semua karyawan Pegadaian.

## 3.2. Permasalahan PT Pegadaian

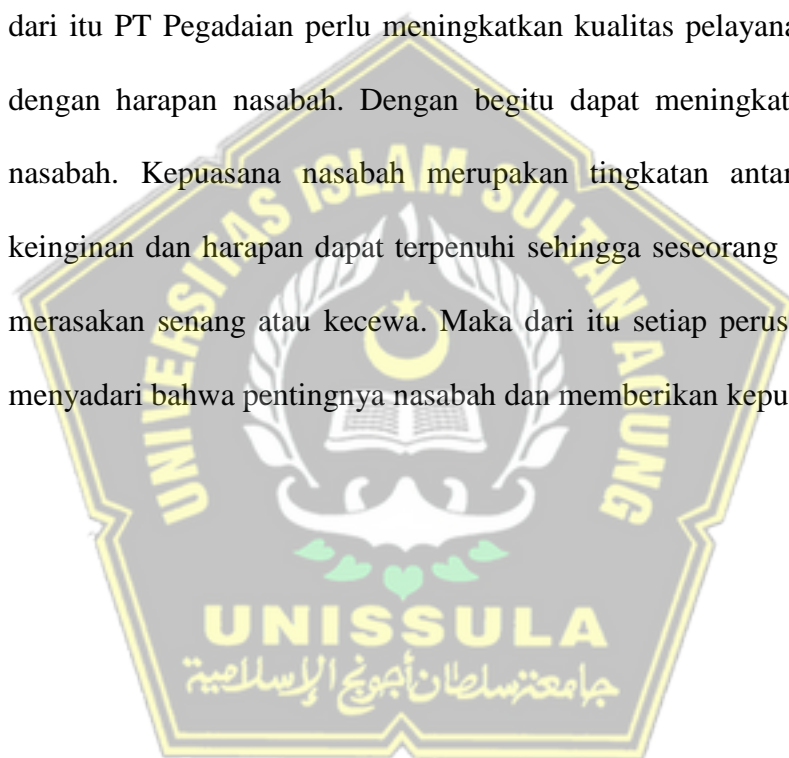
Dari beberapa permasalahan diatas dihadapi oleh PT Pegadaian, permasalahan yang penting dibahas dari PT Pegadaian yaitu mengenai sistem pelayanan belum optimal. Kurang optimalnya sistem pelayanan di PT Pegadaian CP Pekalongan akan mempengaruhi pada kepuasan nasabah. Dengan begitu kualitas pelayanan akan mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan dan dengan jangka

waktu yang lama. Dalam jangka waktu yang lama, hubungan ini akan memungkinkan perusahaan dapat memahami harapan dan kebutuhan konsumen.

Melihat dari pelayanan yang diberikan oleh PT Pegadaian CP Pekalongan dapat dikatakan belum optimal. Dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yaitu dari dimensi *tangible* (bukti fisik) seperti menunggu lama karena banyak nasabah yang lebih dominan menggunakan sistem manual dibandingkan menggunakan Pegadaian digital service, kurangnya fasilitas sarana prasana tempat duduk nasabah, mesin fotocopy yang beroperasi lama sehingga mengganggu dalam melakukan fotocopy barang agunan beserta identitas nasabah, *reability* (kehandalan) kurang cermatnya karyawan dalam memasukkan barang jaminan nasabah sehingga pada saat nasabah menebus barang jaminan tidak sesuai dengan kepemilikannya, *responsiveness* (ketanggapan) karyawan yang bertugas sebagai penaksir kurang tanggap ketika ada nasabah yang menggadai, *Assurance* (jaminan) kurang dalam memberikan ketepatan waktu dalam pelayanan, dan *Emphaty* (empati) membedakan nasabah yang datang ke Pegadaian.

Urgensi dalam permasalahan mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabah Pegadaian CP Pekalongan yang kurang optimal. Sangatlah penting untuk diperbaiki. Maka dari itu perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan dari lima dimensi tersebut. Diharapkan dengan adanya identifikasi masalah menjadikan perbaikan bagi

perusahaan sehingga nasabah ataupun calon nasabah di Pegadaian CP Pekalongan bisa lebih nyaman dalam melakukan transaksi berupa pelayanan (produk atau jasa). Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan dengan nasabah maka nasabah akan merasa tidak puas atas layanan yang diberikan. Maka, dari itu PT Pegadaian perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan nasabah. Dengan begitu dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan tingkatan antara kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi sehingga seseorang tersebut dapat merasakan senang atau kecewa. Maka dari itu setiap perusahaan saat ini menyadari bahwa pentingnya nasabah dan memberikan kepuasan nasabah.



## **BAB IV**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **4.1 Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Herawati et al., 2018). Kebutuhan konsumen yang dapat dipenuhi oleh perusahaan dengan produk atau jasa unggulan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Heni Rohaeni1, 2017).

Menurut Chaniago & Khare, (2021) kualitas pelayanan merupakan suatu hasil yang dinilai oleh konsumen mengenai kehandalan ataupun keunggulan pelayanan yang diberikan secara menyeluruh. Suatu jasa akan lebih diterima oleh konsumen apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan melalui layanan diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai apa yang diharapkan ataupun melebihi harapan konsumen.

Dalam pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan bisa menjadi gagal karena beberapa hal. Menurut Parasuraman et al.,

(1985) menjelaskan mengenai lima gab yang menjadi kegagalan dalam penyampaian jasa perusahaan yaitu :

1) Gab antara antara harapan konsumen dan persepsi manajemen (*knowledge gab*)

Keadaan dimana pihak manajemen perusahaan tidak selalu memahami apa yang diinginkan konsumen secara cepat dan tepat.

Penyebab dari gab tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Kurangnya riset pemasaran dan tidak memanfaatkan riset pasar.
- b. Kurang efektifnya komunikasi secara vertical dalam perusahaan.
- c. Banyaknya tingkat manajemen.

2) Gab antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi kualitas layanan (*standards Gab*)

Keadaan dimana manajemen perusahaan memiliki kemampuan dalam pemahaman secara benar yang diminta sesuai dengan harapan konsumen, namun tidak ada penyusunan standar operasional yang runtut. Penyebab dari gab tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Tidak ada total komitmen manajemen untuk kualitas layanan..
- b. Persepsi kelayakan yang tidak akurat.
- c. Standarisasi *jobdesk* yang kurang tepat.

3) Gab antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan (*delivery gab*)

Keadaan dimana perusahaan tidak menyampaikan jasa karena beberapa penyebab. Penyebab gab tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

- a. Karyawan yang kurang adanya pelatihan dalam menguasai *jobdesk* masing-masing..
  - b. Tugas kerja yang terlalu tinggi
  - c. Karyawan tidak dapat atau tidak mau guna dalam pemenuhan standar operasional yang ditetapkan.
- 4) Gab antara pemberi informasi layanan dan komunikasi eksternal
- Gab ini terjadi ketika komunikasi eksternal mengedepankan harapan konsumen dan menyebabkan terjadinya persepsi negative terhadap kualitas jasa yang diberikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain :
- a. Kurangnya komunikasi horizontal
  - b. Adanya kecenderungan untuk mengobral janji.
- 5) Gab antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan
- Keadaan dimana konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda atau adanya kesalahan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Dalam rangka mempermudah dalam mengetahui kualitas pelayanan dapat menggunakan alat ukur kualitas layanan yang disebut *servqual* (*Service quality*). *Servqual* merupakan metode untuk mengukur presepsi nasabah atas kualitas layanan sehingga perusahaan



jasa dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Parasuruma A., Berry Leonardo L. and Zeithaml Valrie, (1991) kualitas layanan ini dibagi menjadi lima dimensi antara lain:

1). *Tangibles* (bukti langsung)

Bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan dalam memperlihatkan dan memberikan bukti nyata seperti fasilitas perusahaan, penampilan, dan keadaan lingkungan perusahaan. Konsumen dapat melihat keadaan lingkungan perusahaan yang bertujuan untuk menilai kualitas layanan (Irawan, 2012). Kemampuan perusahaan dalam menampilkan dan kemampuan sarana maupun prasarana fisik yang dapat diandalkan dan lingkungan perusahaan merupakan suatu bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

2). *Realibility* (kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan memberikan jasa dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang menjanjikan dengan segera dan memuaskan. Pelayanan dapat dikatakan handal apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai apa yang diharapkan nasabah maka pelayanan akan menjadi semakin baik dan mampu menuhi janji yang dibuat serta ekspektasi dari konsumen secara tepat.

3). *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tepat kepada nasabah. Dalam hal ini berfokus pada sikap dan ketepatan dalam menangani permintaan pelanggan, pertanyaan, keluhan dan masalah. Dapat dihitung pada pelanggan lama menunggu bantuan ataupun menjawab pertanyaan. Menurut Tjiptono (2012) merupakan kesediaan dan kemampuan karyawan dalam merespon permintaan konsumen dengan segera. Dalam hal tersebut nasabah yang menunggu lama akan menimbulkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

4). *Assurance* (jaminan)

Kemampuan karyawan mengenai *knowledge*, kesopanan dan *kapabilitas* perusahaan maupun karyawan untuk menginspirasi kepercayaan pada pelanggan. Jaminan meliputi *knowledge*, *kapabilitas*, keramahan, sopan dan sifat ragu nasabah dan merasa terbebas dari bahaya ataupun resiko yang diterima oleh nasabah.

5). *Empathy* (empati)

Kemampuan karyawan perusahaan dalam memberikan perhatian dan kepedulian kepada nasabah dengan menjalin komunikasi sehingga dapat memahami keinginan, kebutuhan ataupun keluhan dari nasabah. Pelayanan akan berjalan lancar dan memiliki kualitas yang baik apabila pihak yang berkepentingan dalam memberikan pelayanan memiliki rasa empati atau perhatian

dalam menyelesaikan, mengurus terhadap pelayanan (Parasuraman & Zeithaml, 1985).

**Tabel 4.1 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan**

NO	DIMENSI	ATRIBUT
1.	<i>Tangibles</i>	1. Peralatan yang digunakan sudah modern
		2. Sarana dan prasarana yang menarik secara visual
		3. Penampilan karyawan yang rapi
		4. Materi yang berkaitan dengan layanan kompetitif
2.	<i>Reability</i>	5. Pemenuhan janji dalam memberikan pelayanan
		6. Handal dalam menangani layanan
		7. Menyampaikan layanan dengan benar sejak awal
		8. Menyampaikan layanan tepat waktu
3.	<i>Responsiveness</i>	9. Menyimpan catatan atau kesalahan dokumen
		10. Menyampaikan informasi pelanggan mengenai dalam ketepatan waktu
		11. Layanan yang segera atau cepat
		12. Karyawan bersedia dalam membantu pelanggan.
4.	<i>Assurance</i>	13. Karyawan siap dalam merespon keinginan konsumen.
		14. Karyawan memberikan rasa kepercayaan konsumen.
		15. Merasa aman pada saat karyawan memberikan pelayanan.
5.	<i>Empathy</i>	16. Karyawan selalu bersikap sopan
		17. Karyawan memberikan jawaban dengan jelas kepada nasabah
		18. Memberikan perhatian kepada konsumen
		19. Memberikan perlakuan kepada konsumen dengan baik.
		20. Mengutamakan kepentingan konsumen

		21. Karyawan memahami kebutuhan konsumen
		22. Waktu operasi

Adapun tujuan dari kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga akan menumbuhkan loyalitas nasabah dan memudahkan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang (Arie Sulistyawati & Seminari, 2015).

Peningkatan kualitas pelayanan dengan baik ini dapat bermanfaat bagi perusahaan apabila jasa yang diharapkan konsumen melebihi layanan yang diharapkan, maka kualitas jasa yang diberikan dikatakan sebagai kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas. Dan sebaliknya apabila layanan yang lebih jelek dibandingkan dengan layanan yang diharapkan maka kualitas jasa dikatakan negatif dan konsumen akan merasa tidak puas terhadap kualitas layanan yang diberikan.

#### **4.1.1 Service Excellent**

*Service excellent* merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Berthanila, 2017). Dalam hal ini *service excellent* memiliki empat komponen yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan (Fandy Tjiptono, 2002) dalam (Berthanila, 2017). Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan terpadu untuk mencapai *service excellent*, sehingga pelayanan tidak *excellent* yaitu jika komponen tersebut kurang atau hilang salah satu. Untuk mencapai

tingkat *excellent* setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tertentu yaitu memiliki penampilan yang baik dan rapi, ramah, menunjukkan semangat dan sikap selalu siap melayani, tenang dalam bekerja, menguasai pekerjaannya, baik *jobdesk* sendiri, maupun bagian lainnya dan mampu menangani keluhan nasabah secara professional. Apabila *service excellent* tercapai, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Untuk mencapai *service excellent* perusahaan harus memiliki keterampilan tertentu, antara lain berpenampilan baik dan rapi, menguasai pekerjaannya masing-masing karyawan tersebut ataupun lainnya, memiliki komunikasi baik, dan lain sebagainya (Admajati, 2018: 1-2).

Dari hal diatas *Service excellent* merupakan pelayanan terbaik atau sangat baik. *Service excellent* merupakan kepedulian suatu perusahaan terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar selalu percaya dan setia kepada perusahaan.

Upaya menerapkan *Service excellent* kepada nasabah, dapat menjalankan konsep A6, yang terdiri dari:

- 1) *Ability* (kemampuan)

Kemampuan merupakan bagian dari karyawan dalam melayani para nasabah dengan baik, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan.

2) *Attitude* (sikap)

Untuk mencapai *service excellent* kepada para nasabah, sikap merupakan hal utama. Sikap ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada nasabah dengan baik. Untuk mencapai sikap yang baik dimata nasabah, maka karyawan erlu adanya sopan santun dalam berinteraksi langsung ataupun cekatan dalam mengangani masalah ataupun keluhan nasabah.

3) *Appereance* (penampilan)

Penampilan merupakan hal yang penting dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah. Karena dalam penampilan yang baik, rapi dan menarik dapat memberikan kesan yang baik bagi karyawan ataupun perusahaan.

4) *Attention* (perhatian)

Perhatian merupakan suatu tindakan untuk memperhatikan keinginan nasabah sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah. Misalnya dengan mencermati karakter dari setiap nasabah yang datang, memahami setiap kepentingan dan kebutuhan nasabah.

5) *Action*



Melakukan tindakan dalam mewujudkan apa yang diharapkan oleh nasabah dengan cepat, tepat, hemat dan selamat.

6) *Accountability*

Suatu bentuk kepedulian dengan tujuan untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

#### 4.1.2 Kepuasan nasabah

Dalam konsep kepuasan nasabah diakibatkan oleh adanya permintaan serta memperhatikan kebutuhan dan keinginan. konsumen Dalam upaya pemenuhan kebutuhan nasabah dan nantinya akan dinilai oleh nasabah itu sendiri. Maka dari itu, penting bagi perusahaan dalam memperoleh kepuasan dari nasabah. Perusahaan dapat memperoleh kepuasan dengan memberikan pelayanan terbaik (*service excellent*) kepada nasabah sehingga perusahaan dapat memenuhi apa yang diinginkan.

Menurut Jaka (2018) kepuasan konsumen merupakan perasaan yang timbul ketika konsumen membeli produk, memenuhi harapan konsumen atau tidak sehingga menimbulkan perasaan yang senang ataupun kecewa. Apabila kinerja kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan cenderung merasa senang sehingga konsumen akan merasa puas. Sedangkan apabila kualitas pelayanannya buruk, maka konsumen akan merasa kecewa. Apabila konsumen merasa kecewa cenderung memberikan hal-hal negatif terhadap kinerja perusahaan. Respon yang diberikan



para konsumen apabila telah terpenuhinya kebutuhan produk ataupun jasa. Kepuasan timbul apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan dirasakan oleh konsumen memenuhi harapan atau tidak memenuhi harapan (Berthanila, 2017).

Dari pengertian diatas kepuasan konsumen merupakan perasaan nasabah setelah mendapatkan pelayanan. Kepuasan akan muncul setelah membandingkan hasil yang dirasakan dan dibandingkan dengan harapan yang ada. Menurut Ritonga & Pane, (2020) dikutip dari (Tjiptono, 2011) indikator kepuasan pelanggan dapat diukur dari beberapa hal:

1) Kesesuaian antara harapan.

Merupakan tingkat kesesuaian yang dirasakan pelanggan apakah sesuai dengan yang diharapkan yang meliputi produk yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, pelayanan pegawai kepada konsumen, dan fasilitas penunjang yang sesuai atau melebihi harapan.

2) Minat konsumen untuk datang kembali

Kesediaan pelanggan untuk mengunjungi atau membeli kembali produk, pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik, manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk, dan fasilitas yang diberikan perusahaan.

3) Merekomendasikan produk yang telah digunakan kepada teman atau keluarga.

Metode yang dapat digunakan dalam perusahaan dalam memantau kepuasan konsumen dan pesaing:

1). Sistem keluh dan saran

Menyediakan sistem dengan mudah dan nyaman dalam menyampaikan kritik, pendapat dan keluhan dengan media yang dapat digunakan kotak saran di tempat yang mudah dijangkau, telepon, ataupun melalui website.

2). *Ghost shopping*

Memperkerjakan orang ghost shopper sebagai konsumen potensial untuk melakukan komunikasi dengan karyawan penyedia jasa dan menggunakan produk ataupun jasa perusahaan dan pesaing.

3). *Lost customer analysis*

Konsumen yang sudah berhenti membeli produk perusahaan tersebut ataupun sudah pindah ke perusahaan lain, pihak perusahaan berusaha untuk menghubungi konsumen agar perusahaan dapat mengerti mengapa hal tersebut terjadi.

4). Survey kepuasan nasabah

Dengan survey melalui pos, telepon, email, website ataupun wawancara langsung dapat diperoleh tanggapan sehingga perusahaan dapat meningkatkan ataupun memberikan perhatian kepada konsumennya.

Manfaat dari kepuasan nasabah apabila nasabah puas maka nasabah loyal dan setia terhadap perusahaan. Nasabah yang merasa puas atas semua produk ataupun jasa dari suatu perusahaan, maka umumnya pelanggan akan membeli ataupun menggunakan secara terus menerus. Hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan akan memberikan informasi kepada orang lain mengenai pengalamannya mengenai kualitas produk ataupun kualitas pelayanan yang diberikan.

#### **4.2 Pelatihan**

Sumber daya manusia merupakan kunci suksesnya suatu organisasi dalam memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan maka dukungan sumber daya manusia sangatlah penting. Untuk mencapai sumber daya manusia yang unggul perlu adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan adanya pelatihan. Pelatihan merupakan upaya suatu perusahaan dalam pengembangan dalam menggali kemampuan karyawan dengan tujuan untuk membekali *skill*, mengembangkan cara berfikir dan memperbaiki sikap sehingga dapat memecahkan *problem* yang akan mendatang (Syitah, 2019). Para karyawan baru perlu diberikan pelatihan agar memiliki kemampuan dan ketrampilan yang sesuai dengan kebutuhan dalam mengerjakan pekerjaannya. Untuk karyawan yang lama dapat meningkatkan

kemampuan dalam pekerjaan dan lebih maksimal dalam melakukan tanggung jawab atas pekerjaan mereka.

Untuk memberikan kualitas pelayanan dengan baik bagi nasabah perlu adanya pelatihan *service excellent* bagi karyawan. Dimana *service excellent* ini sikap atau cara karyawan memberikan layanan kepada nasabah agar nasabah merasa puas (Berthanila, 2017). Untuk mencapai kepuasan nasabah perusahaan perlu adanya pemenuhan empat unsur dalam memberikan *service excellent* yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan (Fandy Tjiptono, 2002) dalam (Berthanila, 2017). Dapat dikatakan *excellent* apabila karyawan memiliki ketrampilan maupun kemampuan dalam melayani nasabah dengan cepat, tepat, ramah sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi nasabah. Apabila hal tersebut tidak dapat diberikan kepada nasabah oleh karyawan maka dapat dikatakan tidak *excellent*. Maka dari itu, karyawan perlu adanya pelatihan *service excellent* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Indriyani, 2020).

### 4.3 Promosi

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran dimana kegiatan pemasaran berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran agar perusahaan dan produknya dapat diterima dan mau membeli serta loyal terhadap produk yang ditawarkan. (Fitriyana, 2020). Menurut Jamaludin et al., (2015) promosi merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk

memperkenalkan produk seperti jenis, warna, bentuk dan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan untuk konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Promosi merupakan bagian marketing mix dimana strategi penjualan dengan promosi dan penetapan harga dengan sifat unik dan disusun guna menciptakan pertukaran yang saling memberi keuntungan bagi pasar sasaran (Praestuti, 2020). Kotler (2003) dalam Setiawan (2014) menjelaskan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi penjualan. Bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi, orang, tempat, proses dan *physical evidence* (Arista & Suputra, 2017).

Menurut Sarastuti, (2017) dalam kegiatan promosi terdiri dari lima alat yang dapat dikombinasikan kepada target sasaran, yaitu:

1) Iklan

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan untuk menginformasikan segala sesuatu produk dari perusahaan tersebut. Informasi yang disampaikan berupa manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk. Dalam penggunaan promosi iklan ini dapat melalui media seperti televise, radio, telepon ataupun media elektronik lainnya seperti brosur, Koran dan papan peunjuk ataupun poster.

2) Publisitas

Merupakan kegiatan promosi untuk menggiring nasabah luar dengan melalui *expo*, bakti sosial dan kegiatan lainnya.

3) Penjualan personal

Penjualan personal dalam hal ini dari seluruh karyawan perusahaan mulai dari office boy, satpam sampai dengan pimpinan cabang perusahaan melakukan promosi dengan interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli. Dalam personal selling ini dapat dilakukan dengan melalui telepon.

4) Pemasaran langsung

Berhubungan dengan nasabah yang telah ditargetkan dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan secepat mungkin sehingga dapat memberikan hasil mempererat hubungan antar nasabah dengan baik dengan melalui telepon, katalog, email dan lain-lain.

5) Word of mouth marketing

Komunikasi lisan dari orang ke orang yang berkaitan dengan kelebihan, kelemahan, pengalaman pembeli atau menggambarkan produk atau jasa baik langsung ataupun tidak langsung.

Menurut Adityasari, (2015) berikut merupakan bentuk dari komunikasi pemasaran :

1). Periklanan (*advertising*)



Iklan bertujuan dalam mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk, merk atau jasa yang ditawarkan melalui radio, tv, *billboard* bahkan surat kabar.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Suatu bentuk bujukan langsung kepada pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa. Promosi biasanya dilakukan dengan program diskon atau harga yang ditawarkan lebih murah dari biasanya.

3). Penjualan personal (*personal selling*)

Berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dengan tujuan melakukan presentasi penjualan sehingga dapat mempengaruhi pelanggan. Namun karena biaya penjualan tatap muka cukup besar, penjualan personal dapat dilakukan melalui telepon yang disebut telemarketing.

4). Hubungan Masyarakat (*Public relation and Publicity*)

Dalam hal ini mencakup berbagai program yang dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan atau produk.

5) Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Berurusan langsung dengan pelanggan sasaran untuk mendapatkan respon secepat mungkin sehingga terjadi hubungan baik dengan pelanggan melalui telepon, katalog dll



6) Pemasaran melalui Internet (*Internet marketing*)

Cara mempromosikan produk atau jasa melalui internet yang menghasilkan keuntungan dan memiliki budget yang minimalis serta memiliki jangkauan yang luas. Internet Marketing tidak hanya dapat dijangkau melalui *web advertising* tetapi juga dapat dijangkau melalui aplikasi atau media lain yang terhubung dengan internet.



## BAB V

### METODE PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

#### 5.1 Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah untuk mendapatkan data dari narasumber dalam jangka waktu tertentu. Dalam magang ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan observasi.

##### 5.1.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan informasi-informasi yang ditanyakan langsung kepada narasumber dan narasumber menjawab dengan keinginan dan komentarnya pertama yang diajukan secara terstruktur dan informasi tersebut dapat kita tulis maupun rekam sehingga nantinya dapat dijadikan sebuah data dalam penulisan laporan magang. Wawancara merupakan penggalian informasi untuk mendapatkan data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu dari dua pihak atau lebih (Nugrahani, 2014). Dalam hal ini wawancara meliputi tanya jawab mengenai produk perusahaan, struktur perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan, kendala yang dihadapi oleh perusahaan, serta solusi yang diterapkan oleh perusahaan.

### 5.1.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data baik secara langsung maupun tidak langsung dengan cara mengamati terhadap objek yang dituju. Pada saat magang, penulis melakukan observasi secara langsung mengenai PT Pegadaian CP Pekalongan dengan begitu penulis dapat mengetahui secara nyata kondisi perusahaan tersebut. Selain itu, penulis mengamati mengenai promosi yang dilakukan oleh perusahaan, disiplin karyawan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

### 5.2 Analisa Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, menjabarkannya ke dalam satuan-satuan dan memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data yang digunakan dalam skripsi ini adalah menggunakan analisis komparatif. Analisis komparatif merupakan analisis yang bersifat membandingkan. Dalam analisis ini membandingkan antara teori dengan kenyataan atau praktik yang berada di lapangan.

## BAB VI

### HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 6.1 Hasil Analisis Data

Analisis data dalam skripsi ini menggunakan analisis perbandingan. Yang artinya bahwa analisis yang menjelaskan mengenai masalah, aktivitas yang dilakukan di perusahaan dalam memecahkan masalah dengan teori yang digunakan sehingga dapat memberikan rekomendasi terhadap tempat magang. Berikut table hasil analisis data :

Tabel 6.1 hasil analisis data

Masalah	Praktik (di Lapangan)	Critical Thinking	Rekomendasi
<p><b>Aspek operasional</b> Sistem Pelayanan yang kurang Optimal 1). <i>Tangible</i> (bukti fisik) seperti nasabah menunggu terlalu lama, Mesin fotocopy hanya satu dan lama dalam beroperasi, Kurang tempat duduk nasabah didalam ruangan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan memberikan nomor antrian manual.</li> <li>Untuk menghindari antrian yang panjang nasabah yang menebus barang jaminan ataupun memperpanjang masa gadai diarahkan untuk transaksi melalui Pegadaian</li> </ul>	<p>Menurut Parasuruma A., Berry Leonardo L. and Zeithaml Valrie, (1991) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu tangible (bukti fisik), reability (kehandalan), responsivens (ketanggapan), assurance (jaminan), dan emphathy (empati). Dimensi tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat sistem antrian dengan membedakan antara nasabah yang menggadai dengan nasabah yang menebus barang jaminan.</li> <li>Memberikan informasi mengenai kemudahan dalam penggunaan Pegadaian Digital Service (PDS) dengan membagikan brosur sehingga dapat mengurangi antrian</li> <li>Meningkatkan perawatan</li> </ul>

	<p>Digital Service.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah disediakan televisi di ruang nasabah.</li> <li>• Ac ruang nasabah yang terlalu dingin.</li> </ul>	<p><i>Tangible</i> (bukti fisik) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan dan memberikan bukti nyata seperti fasilitas perusahaan, penampilan, dan keadaan lingkungan perusahaan.</p>	<p>terhadap mesin fotocopy dengan membersihkan secara berkala agar tidak mudah rusak.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu menyalakan televisi agar nasabah yang menunggu tidak bosan.</li> <li>• AC yang digunakan dalam ruang tunggu nasabah temperaturnya harus pas tidak terlalu dingin ataupun panas.</li> <li>• Adanya hiasan dinding</li> <li>• Menambah kursi di dalam ataupun diluar ruangan agar nasabah merasa nyaman.</li> </ul>
<p>2). <i>Reability</i> (kehandalan) seperti . Kesalahan dalam memasukkan barang jaminan nasabah.</p>	<p>Berdasarkan observasi yang dilakukan yaitu pada saat barang akan dimasukkan ke dalam penyimpanan, petugas mengecek jumlah barang yang masuk sesuai dengan golongan</p>	<p><i>Reability</i> (Kehandalan) Menurut Ramya, (2019) merupakan kemampuan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan.</p>	<p>Meningkatkan dalam <i>Reability</i> (kehandalan) Dengan meningkatkan ketelitian dan kecermatan pada saat pencatatan surat gadai yang akan diberikan kepada nasabah dan barang jaminan yang masuk ke dalam Pegadaiaan sehingga tidak terjadi kesalahan.</p>
<p>3). <i>Responsiveness</i> (ketanggapan), karyawan kurang</p>	<p>Berdasarkan observasi yang dilakukan yaitu</p>	<p><i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) merupakan sikap</p>	<p>Responsiveness (ketanggapan) dengan mempercepat</p>

<p>tanggap dalam melayani nasabah gadai.</p>	<p>pada saat gadai penaksir kurang respon sehingga diingatkan oleh karyawan lain untuk segera memproses gadai tersebut.</p>	<p>tanggap dari karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah, membantu nasabah mengalami kesulitan, dengan memberikan solusi, informasi serta pengarahan yang jelas dan dapat dipahami oleh nasabah.</p>	<p>waktu penaksir dalam pelayanan gadai agar dapat melayani nasabah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Adanya penambahan karyawan sehingganasabah tidak menunggu lama</p>
<p>4). <i>Assurance</i> (jaminan), karyawan kurang dalam memberikan ketepatan waktu dalam melayani nasabah.</p>	<p>Berdasarkan observasi seringkali nasabah menunggu lama karena karyawan yang bertugas tidak memberikan layanan tepat waktu, Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah, dan karyawan Pegadaian selalu menjawab pertanyaan dari nasabah.</p>	<p><i>Assurance</i> (jaminan) merupakan kemampuan karyawan mengenai <i>knowledge</i>, kesopanan dan <i>kapabilitas</i> perusahaan maupun karyawan untuk menginspirasi kepercayaan pada pelanggan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perlu adanya peningkatan mengenai ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan.</li> <li>• Mempertahankan sikap sopan terhadap nasabah.</li> <li>• Mempertahankan nasabah yang bertanya selalu menjawab pertanyaan tersebut.</li> </ul>
<p>5). <i>Empathy</i> (empati), karyawan membedakan nasabah yang datang.</p>	<p>Berdasarkan observasi karyawan memperlakukan nasabah dengan membedakan nasabah misalnya seperti</p>	<p>Pelayanan akan berjalan lancar dan memiliki kualitas yang baik apabila pihak yang berkepentingan dalam memberikan</p>	<p>Menguutamakan kepentingan nasabah dengan tidak membedakan antara nasabah satu dengan lainnya.</p>



	yang dikenal selalu disapa dengan rama.	pelayanan memiliki rasa empati atau perhatian dalam menyelesaikan dan mengurus terhadap pelayanan (Parasuraman et al., 1985).	
<p><b>Aspek Pemasaran</b></p> <p>Komunikasi kurang efektif pada pemasaran</p>	<p>Berdasarkan observasi magang hal yang sudah dilakukan dengan melakukan komunikasi dengan melalui sarana promosi dengan Iklan dengan menggunakan brosur, menggunakan media social contohnya WhattsApp, Promosi melalui iklan di TV, promosi langsung kepada nasabah ketika nasabah datang ke Pegadaian, melakukan cross selling, melakukan literasi-literasi kepada nasabah atau instansi pemerintah.</p>	<p>Menurut (Jamaludin et al., 2015) promosi merupakan sarana komunikasi yang digunakan oleh produsen untuk memperkenalkan produk seperti jenis, warna, bentuk dan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan untuk konsumen Menurut Adityasari, (2015) kegiatan promosi yang diterapkan meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Periklanan (<i>advertising</i>)</li> <li>• Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>)</li> <li>• Penjualan personal (<i>personal selling</i>)</li> <li>• Humas</li> <li>• Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan dan promosi dengan menggunakan brosur.</li> <li>• Meningkatkan promosi langsung kepada nasabah.</li> <li>• Memanfaatkan promosi melalui media online yaitu dengan menggunakan instagram ataupun web.</li> <li>• Meningkatkan literasi-literasi kepada nasabah ataupun instansi pemerintahan.</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemasaran melalui Media Internet</li> </ul>	
<p><b>Aspek Sumber Daya Manusia</b></p> <p>Kurangnya Kemampuan memberikan pelayanan</p>	<p>Berdasarkan observasi, pada praktik kerja di lapangan masih ada karyawan yang kurang dalam melayani nasabah, lambat dalam melayani nasabah.</p> <p>Materi pelatihan yang diberikan oleh Divisi Diklat seperti kompetensi produk <i>servicing</i> dan <i>Marketing</i>, dan <i>Intrapreneurship</i></p>	<p>Pelatihan merupakan upaya suatu perusahaan dalam pengembangan dalam menggali kemampuan karyawan dengan tujuan untuk membekali <i>skill</i>, mengembangkan cara berfikir dan memperbaiki sikap sehingga dapat memecahkan <i>problem</i> yang akan mendatan(Syitah, 2019).</p>	<p>Para karyawan perlu meningkatkan pelatihan <i>service excellent</i>. Dengan adanya pelatihan <i>service excellent</i> dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat memberikan kepuasan nasabah di Pegadaian CP Pekalongan.</p>

## 6.2 Pembahasan

### 6.2.1 Aspek Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan masalah terkait aspek pemasaran yaitu komunikasi kurang efektif pada pemasaran. Komunikasi pemasar merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk berinteraksi baik dengan nasabah, pemerintah, pesaing ataupun dengan karyawan itu sendiri. Dalam permasalahan ini Pegadaian memiliki macam produk seperti produk KCA, krasida, Amanah, Mulia dan Emasku. Namun, rupanya belum bisa melaksanakan kegiatan pemasaran secara intens sehingga masih

banyak nasabah yang belum mengetahui layanan ataupun produk Pegadaian.

Apabila nasabah tidak bertanya mengenai produk yang ada di Pegadaian karyawan tidak memberikan informasi mengenai produk Pegadaian. Dimana nasabah yang datang menggadaikan barang langsung menggunakan produk gadai kredit cepat aman.

Dalam praktik selama ini PT Pegadaian CP Pekalongan melaksanakan aktivitas sebagai berikut :

1) Iklan

Dalam aktivitas pemasaran melalui periklanan, Pegadaian hanya meneruskan kembali aktivitas manajemen atas yaitu Pegadaian Pusat dan Pegadaian wilayah Tegal. Untuk Periklanan berupa iklan di TV menjadi wewenang Pegadaian pusat.

Menyebarkan brosur kepada nasabah, Pegadaian CP Pekalongan menyebarkan dianggap paling efektif dalam mengenalkan produk kepada nasabah, selain itu juga brosur menjelaskan mengenai produk yang di jalankan oleh Pegadaian.

Penyebaran brosur ini dilakukan pada saat nasabah datang ke outlet Pegadaian CP Pekalongan. Selain itu juga penyebaran brosur dengan mendatangi dari rumah-kerumah dan kegiatan olahraga seperti senam ibu-ibu namun hanya beberapa kali saja.

2) Memberikan sembako kepada nasabah pada saat menjelang lebaran

Pada PT Pegadaian CP Pekalongan pada saat menjelang lebaran memberikan sembako kepada nasabah yang melakukan transaksi khususnya pada transaksi gadai. Untuk itu, Pegadaian CP Pekalongan perlu adanya memberikan hadiah kepada nasabah seperti potongan sewa modal kepada nasabah yang sering melakukan transaksi gadai.

3) Penjualan personal (*personal selling*)

Kegiatan yang dilakukan oleh Pegadaian CP Pekalongan yaitu dengan menawarkan produk Pegadaian di dalam kantor ataupun di luar kantor PT Pegadaian CP Pekalongan. Selain itu dengan menyebarkan di WA karyawan Pegadaian, dan literasi penyebaran kepada ibu-ibu arisan, RT ataupun kantor pemerintah di Pekalongan ataupun kepasar. Namun dalam hal ini perlu adanya peningkatan seperti seringnya menawarkan produk Pegadaian ketika nasabah datang ke kantor, menyebarkan di semua media *online* tidak hanya WA karyawan saja seperti *facebook* dan *instagram*.

Dalam meningkatkan minat calon nasabah dengan tujuan calon nasabah agar mengetahui produk Pegadaian dengan menggunakan strategi promosi. Secara teori promosi merupakan kegiatan untuk memberikan informasi membujuk dan peminat mengenai produk-produk perusahaan (Putra, 2019). Menurut (Jamaludin et al., 2015) promosi merupakan sarana komunikasi yang digunakan oleh

produsen untuk memperkenalkan produk seperti jenis, warna, bentuk dan harga maupun kualitas produk yang ditawarkan untuk konsumen. Menurut Adityasari, (2015) kegiatan promosi yang diterapkan meliputi :

1). Periklanan (*advertising*)

Iklan bertujuan dalam mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk, merk atau jasa yang ditawarkan melalui radio, tv, *billboard* bahkan surat kabar.

2). Promosi penjualan (*sales promotion*)

Suatu bentuk bujukan langsung kepada pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa. Promosi biasanya dilakukan dengan program diskon atau harga yang ditawarkan lebih murah dari biasanya.

3). Penjualan personal (*personal selling*)

Berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dengan tujuan melakukan presentasi penjualan sehingga dapat mempengaruhi pelanggan. Namun karena biaya penjualan tatap muka cukup besar, penjualan personal dapat dilakukan melalui telepon yang disebut telemarketing.

4). Hubungan Masyarakat (*Public relation and Publicity*)

Dalam hal ini mencakup berbagai program yang dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan citra perusahaan atau produk.

5) Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Berurusan langsung dengan pelanggan sasaran untuk mendapatkan respon secepat mungkin sehingga terjadi hubungan baik dengan pelanggan melalui telepon, katalog dll.

6) Pemasaran melalui Internet (*Internet marketing*)

Cara mempromosikan produk atau jasa melalui internet yang menghasilkan keuntungan dan memiliki budget yang minimalis serta memiliki jangkauan yang luas. Internet Marketing tidak hanya dapat dijangkau melalui *web advertising* tetapi juga dapat dijangkau melalui aplikasi atau media lain yang terhubung dengan internet.

Untuk penentuan tingkatan keberhasilan untuk memperoleh respon yang dikehendaki, maka perusahaan perlu mempergunakan bauran pemasaran dalam mengejar target penjualan. Kotler (2003) dalam Setiawan (2014) menjelaskan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi penjualan. Berikut merupakan penjabaran dari marketing mix (7P) Pegadaian CP Pekalongan antara lain:

1) Produk (*product*)

PT Pegadain CP Pekalongan mempunyai berbagai produk yang terbagi menjadi produk gadai dan non gadai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan jasa layanan kredit yang dijalankan dan

ditawarkan kepada calon nasabah meliputi KCA, Krasida, Kreasi, tabungan emas, jasa taksiran, jasa titipan dan multipayment.

## 2) Harga (*price*)

Harga dalam hal ini merupakan administrasi dan sewa modal. Tarif biaya administrasi dan sewa modal pada produk Pegadaian sebagai berikut :

Tabel 6.1 Tarif dan biaya Gadai Emas

Gol	Pinjaman	Tarif sewa modal
A	50.000 -500.000	1%
B	>500.000-5.000.000	1,2%
C	>5.000.000-20.000.000	1,2%
D	>20.000.000	1,1%

Sumber: Pegadaian.co.id

Tabel 6.2 Biaya administrasi Gadai Emas

Uang pinjaman	Administrasi	Sewa modal	Jangka waktu
50.00-100.000.000 atau lebih	2.000-125.000	1%-1,2%	1-120 hari

Sumber: Pegadaian.co.id

Tabel 6.3 Biaya administrasi Kreasi

Uang pinjaman	Administrasi	Sewa modal	Jangka waktu
10.000.000-500.000.000	0,5-1% per transaksi	1%-1,15% per bulan	1-36 bulan

Sumber : Pegadaian.co.id

Tabel 6.4 Tarif Jasa titipan

Jenis barang	Tarif
Perhiasan emas, perak, platina dan lain-lain	20.000/100gram/bulan



Surat berharga	20.000/100gram/bulan
Barang berharga (glok, pusaka dan lain-lain)	10.000/barang/bulan
Kendaraan sepeda motor	15.000/10 hari
Kendaraan mobil	30.000/10 hari

Sumber : *Pegadaian.co.id*

Tabel 6.5 Tarif jasa taksiran

Jenis barang	Nilai taksiran
Emas	1,25% x nilai taksiran
Berlian (mulia)	10.000-300.000

Sumber : *Pegadaian.ac.id*

Tabel 6.6 Cicil emas

Sewa modal	Administrasi
0,92% x taksiran harga emas	50.000/transaksi

Sumber: *Pegadaian.ac.id*

Pembiayaan logam mulia hanya dengan 1% perbulan dari nilai logam mulia dan cukup membayar uang muka (DP) sebesar 20% dari logam mulia.

### 3) Tempat (*place*)

Dalam hal ini, penyesuaian tempat telah disesuaikan dengan segmentasi dan targeting yang ditentukan. Pada pelaksanaan distridiubsinya. Kantor Pegadaian CP Pekalongan berlokasi yang strategis supaya dijangkau oleh nasabah. Kantor Pegadaian CP Pekalongan pada Jalan Doktor Cipto Manungkusumo Nomor 24 Sugihwaras, Pekalongan Timur Pekalongan, Jawa Tengah. Pada lokasi tersebut berdekakatan



dengan pusat keramaian yaitu Matahari Store dan Alun-alun kota Pekalongan dan juga berdekatan dengan pasar.

Adapun unit-unit pelayanan (UPC) di Pekalongan pun berada dekat dengan jalan raya dan pertokoan. UPC di Pekalongan terdiri dari:

- a. UPC Wiradesa
- b. UPC Kusumabangsa
- c. UPC Buaran
- d. UPC Kedungwuni
- e. UPC Sragi

Apabila nasabah akan menggadaikan, memperpanjang dan menebus barang jaminan dengan datang ke outlet terdekat khususnya PT Pegadaian CP Pekalongan atau unit layanan terdekat.

#### 4) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan proses komunikasi pemasar dalam mengkomunikasikan produk kepada para nasabah atau calon nasabah. Berbagai cara telah dilakukan oleh PT Pegadaian CP Pekalongan untuk mempromosikan produk-produknya diantaranya seperti brosur.

Sampai saat ini Pegadaian CP Pekalongan masih mengunggulkan dengan menyebarkan brosur karena dianggap paling efektif dalam mengenalkan produk kepada nasabah, selain itu isi brosur menjelaskan mengenai satu persatu jenis produk yang dijalankan oleh perusahaan.

Penyebaran brosur dilakukan di kantor CP Pekalongan maupun di setiap unit pelayanan cabang Pekalongan.

5) Proses (*process*)

Dalam Pegadaian CP Pekalongan terdapat beberapa proses dalam melakukan transaksi seperti gadai, perpanjangan gadai dan tebus gadai. Dalam melakukan gadai, pada saat menggadai emas nasabah datang ke kantor Pegadaian dengan membawa barang agunan berupa emas dan identitas nasabah. Lalu nasabah mengisi formulir yang disediakan oleh Pegadaian, setelah mengisi nasabah menunggu untuk ditaksir berapa uang pinjaman yang akan didapat oleh nasabah, konfirmasi karyawan kepada nasabah, lalu mendapatkan uang pinjaman di kasir dan mendapatkan surat gadai.

Dalam proses perpanjangan gadai nasabah ataupun diwakilkan datang ke Pegadaian dan diarahkan untuk mengambil nomor antrian, apabila dipanggil oleh petugas kasir menyerahkan SBG dan juga nomor antrian, petugas menghitung jumlah kewajiban nasabah berupa cicilan apabila ada, sewa modal dan biaya administrasi, nasabah membayar sejumlah kewajiban yang disampaikan, setelah itu petugas memproses perpanjangan dan nasabah membawa kembali SBG dan bukti transaksi.

Pelunasan nasabah datang ke outlet dan mengambil nomor antrian, apabila dipanggil oleh kasir maka menyerahkan SBG dan identitas asli, kasir menghitung jumlah kewajiban yang sudah disampaikan, nasabah

membayar jumlah kewajiban, petugas mengambil barang jaminan dan diserahkan kepada nasabah.

6) Orang (*people*)

Kantor Pegadaian CP Pekalongan merupakan salah satu perusahaan BUMN, maka dari *people* dalam Pegadaian ini memiliki budaya perusahaan yaitu “AKHLAK” (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif). Dalam melaksanakan aktivitas Pegadaian, Pegadaian mempunyai kepala pimpinan, kasir, penaksir, pengelola agunan, *security* dan lain-lain.

7) *Phsycal Evidence*

Dalam Pegadaian CP Pekalongan memberikan tampilan fisik berupa gedung dalam melakukan kegiatan transaksi, ruangan tunggu yang bersih, dan penampilan para karyawan yang rapi dan bersih.

Dalam memberikan kepuasan nasabah, perusahaan harus dikenal terlebih dahulu oleh nasabah.. Perusahaan dapat dikenal oleh nasabah dengan cara melakukan promosi dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Tjiptono (2014) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan.

Dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh Pegadaian CP Pekalongan, nasabah menjadi tertarik untuk menggunakan produk

ataupun layanan yang ditawarkan. Maka dari itu perusahaan harus dapat terus meningkatkan kepuasan nasabah. Apabila tidak ada promosi maka keberadaan produk atau layanan perusahaan kurang mendapat perhatian dari masyarakat atau nasabah tidak tahu sama sekali mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu dengan mempertahankan dan meningkatkan promosi melalui iklan dengan meningkatkan dan mempertahankan pembagian brosur pada nasabah yang datang ke Pegadaian dan memanfaatkan pemasaran online melalui media sosial seperti membagikan poster ataupun foto mengenai produk dan layanan Pegadaian melalui instagram, *website* ataupun facebook bukan hanya whatsapp karyawan saja. Dengan pemasaran online dapat membantu, mendistribusikan, mempromosikan dan memberikan harga serta pelayanan yang baik.

### **6.2.2 Aspek Sumber Daya Manusia**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan masalah mengenai aspek sumber daya manusia yaitu mengenai kinerja sumber daya manusia yaitu karyawan yang tidak menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu atau kemampuan karyawan dalam melayani nasabah yang lambat. Kurangnya kemampuan karyawan dalam melayani nasabah dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.

Dalam praktik Pegadaian CP Pekalongan yaitu Divisi Diklat sebagai penanggung jawab melaksanakan program pelatihan untuk meningkatkan *service quality* untuk menciptakan karyawan yang mampu menjadi konsultan keuangan mikro. Pelatihan yang diberikan dengan memfokuskan mengenai kompetensi produk, *servicing* dan *marketing* serta *intrapreneurship*.

Secara teori upaya dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dengan adanya pelatihan. Pelatihan merupakan upaya suatu perusahaan dalam pengembangan dalam menggali kemampuan karyawan dengan tujuan untuk membekali *skill*, mengembangkan cara berfikir dan memperbaiki sikap sehingga dapat memecahkan *problem* yang akan mendarat (Syitah, 2019).

Oleh karena itu, dalam aktivitas yang dilakukan oleh Pegadaian CP Pekalongan sesuai dengan teori mengenai pelayanan. Namun, dalam hal ini perlu adanya peningkatan pelatihan khususnya pelatihan *service excellent*. Dengan adanya *service excellent* karyawan dapat meningkatkan kualitas kinerja karyawan khususnya pada bagian *frotliner*. Dengan meningkatnya kualitas kinerja karyawan dapat memberikan pelayanan secara optimal dengan begitu nasabah akan merasa puas.

### 6.2.3 Aspek Operasional

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan masalah mengenai sistem pelayanan yang kurang optimal yaitu :

a. *Tangible* (bukti fisik)

Nasabah menunggu lama yang disebabkan oleh karyawan yang bertugas keluar pada saat jam kerja. Dengan hal tersebut nasabah menjadi menunggu terlalu lama. Selain itu, nasabah menunggu lama dikarenakan banyak nasabah yang lebih dominan menggunakan sistem manual daripada menggunakan sistem aplikasi Pegadaian Digital. Padahal dalam aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dapat membantu dalam melakukan transaksi dalam pembiayaan Pegadaian sehingga nasabah tidak perlu repot-repot untuk mengantri. Dengan adanya permasalahan nasabah menunggu lama dapat mengakibatkan nasabah merasa jenuh dan dapat mempengaruhi ketidakpuasan nasabah.

Kurangnya fasilitas mengenai mesin fotocopy yang beroperasi lama dan hanya satu fotocopy maupun printer. Hal tersebut dalam melaksanakan kegiatan dapat mengurangi kualitas pelayanan terhadap nasabah.

Selain itu, kurangnya sarana tempat duduk nasabah didalam ruangan. Pada saat nasabah menunggu untuk mendapatkan pelayanan. Nasabah menunggu ditempat duduk, namun seringkali nasabah tidak mendapatkan tempat duduk karena banyaknya nasabah yang datang ke Pegadaian CP Pekalongan.

b. *Reability* (kehandalan)



Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi *reability* yaitu adanya kesalahan dalam memasukkan barang jaminan nasabah. Dalam melakukan pelayanan, karyawan terkadang ketidakteelitian sehingga mengakibatkan salah dalam memasukkan barang jaminan nasabah yang seharusnya pemilik si nasabah A kedalam nasabah B Sehingga dalam hal tersebut mengakibatkan kurang handalnya karyawan.

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kualitas pelayanan Pegadaian CP Pekalongan dilihat dari dimensi ketanggapan dapat dikatakan belum baik. Karena karyawan yang bertugas sebagai penaksir kurang tanggap dalam melayani nasabah. Pada saat nasabah menggadai barang jaminan di Pegadaian, karyawan kurang tanggap dan tepat waktu dalam memberikan layanan sehingga dalam hal ini dapat mengganggu proses dalam memberikan pelayanan.

d. *Assurance* (jaminan)

Ditinjau dari dimensi *assurance* (jaminan) PT Pegadaian CP Pekalongan dalam memberikan suatu pelayanan terhadap nasabah masih dikatakan kurang dalam memberikan ketepatan waktu dalam melayani nasabah sehingga nasabah akan merasa tidak puas mengenai pelayanan yang diberikan.

e. *Emphathy* (empati)

Dalam hal ini karyawan Pegadaian CP Pekalongan, membeda-bedakan antara nasabah yang sudah dikenal dengan nasabah yang baru seperti halnya nasabah yang sudah dikenal disapa dengan ramah.



Dalam praktik selama ini PT Pegadaian CP Pekalongan melaksanakan aktivitas sebagai berikut:

a. Kurangnya kualitas pelayanan terhadap nasabah

Dalam aktivitas pelayanan nasabah, nasabah diberikan sebuah nomor urut oleh bapak satpam. Dengan nomor urut bertujuan untuk menghindari saling dulu nasabah yang datang.

Selain itu Pegadaian CP Pekalongan nasabah menunggu lama salah satunya yaitu dikarenakan banyak nasabah yang masih menggunakan Pegadaian manual dengan cara datang ke Pegadaian langsung. Padahal sudah ada namanya Pegadaian Digital Service (PDS). Untuk itu Pegadaian melakukan kegiatan agar PDS ini digunakan yaitu dengan menginformasikan kepada nasabah yang datang ke Pegadaian.

Dan nasabah menunggu lama karena karyawan yang bertugas keluar pada saat jam kerja, aktivitas yang dilakukan oleh Pegadaian CP Pekalongan yaitu dengan memberikan teguran secara lisan terhadap karyawan yang bersangkutan.

b. Mesin fotocopy yang lama

Untuk mengatasi kendala pada mesin fotocopy Pegadaian CP Pekalongan aktivitas yang dilakukan yaitu dengan menambah satu mesin fotocopy atau printer, sehingga tidak menunggu lama untuk mencopy formulir yang berisi barang jaminan nasabah.

c. Kurangnya tempat duduk nasabah

Dalam mengatasi kurangnya sarana prasarana yaitu kurang tempat duduk nasabah, dari pihak Pegadaian menambah tempat duduk di luar ruangan.

d. Kesalahan dalam memasukan barang jaminan nasabah

Aktivitas yang dilakukan oleh Pegadaian yaitu hanya menghitung barang jaminan yang masuk sesuai dengan golongan apabila kantor sudah tutup, tidak dicek barang yang digadaikan sesuai dengan nama pemiliknya.

e. Karyawan yang bertugas sebagai penaksir kurang tanggap dalam melayani nasabah

Demi berjalannya proses dalam melayani nasabah, karyawan lain memberikan peringatan dan menasehati untuk memberikan pelayanan cepat dan tidak meninggalkan ruang kerja pada saat jam layanan.

Secara teori kualitas pelayanan, pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan merupakan upaya atau usaha pemenuhan kebutuhan konsumen yang dilakukan untuk memenuhi harapan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan konsumen yang didasarkan pada tingkat keberhasilan dari keunggulan produk atau jasa yang mengimbangi, melebihi atau kurang dari keinginan konsumen.

Pelaksanaan pelayanan yang berkualitas membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia yang handal dan siap. Sumber daya manusia yang

mampu melakukan tugasnya juga mampu mengoperasikan segala alat pendukung yang dibutuhkan beserta dengan memahami sistemnya.

Kinerja dari pelayanan inilah yang akan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan dari pelayanan yang diterima. Kondisi pelayanan pada PT Pegadaian CP Pekalongan sudah memiliki fasilitas yang cukup memadai dalam menunjang pelayanan itu sendiri, para petugas juga sangat ramah kepada konsumen, meskipun masih ada beberapa hal yang dapat ditingkatkan lagi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

1) *Tangibles* (Bukti fisik)

Bukti fisik merupakan kemampuan melayani dalam memberikan pelayanan yang menyangkut seperti tampilan dari petugas yang selalu dijaga, fasilitas perusahaan, peralatan, hingga keadaan lingkungan yang bersih, sekitar dari pelayanan yang diberikan. Menurut Parasuraman et al., (1985) tampilan fisik dari pelayanan menyangkut seperti peralatan, fasilitas, hingga petugas merupakan hal yang penting. Dengan demikian bukti fisik adalah indikator yang paling nyata dan jelas. Realitas di lapangan dari penampilan petugas yang selalu dijaga menunjukkan bahwa penampilan petugas dapat mencerminkan pelayanan yang profesional.

a. Penampilan karyawan

Penampilan karyawan merupakan salah satu indikator yang dinilai dalam kualitas pelayanan. Penampilan karyawan ini berkaitan mengenai seragam yang dikenakan. Selain itu, kebersihan dan

kerapian juga menjadi hal yang diperhatikan. Pada PT Pegadaian CP Pekalongan, seragam dari karyawan yang dikenakan sudah rapi dan sama sangat baik untuk mencerminkan sebagai petugas pelayanan yang professional.

b. Peralatan modern

Peralatan yang digunakan dalam proses pelayanan juga baik. Dikarenakan peralatan yang digunakan merupakan peralatan yang menggunakan kompute. Dalam PT Pegadaian para nasabah menunggu untuk mendapatkan produk Pegadaian. Padahal dalam Pegadaian sudah ada aplikasi Pegadaian Service Digital. Namun masih banyak nasabah yang masih datang ke kantor untuk mendapatkan layanan ataupun produk Pegadaian secara manual. Padahal apabila menggunakan Pegadaian Digital Service tidak perlu menunggu lama untuk mengantri.

c. Kenyamanan tempat

Kenyamanan tempat berpengaruh pada penilaian kepuasan konsumen. Oleh karena itu PT Pegadaian harus memberikan tempat yang nyaman bagi nasabah. Salah satunya yaitu dengan menyediakan tempat yang cukup agar para nasabah tidak merasa sempit dalam ruangan sehingga nasabah akan merasa nyaman. Dalam PT Pegadaian pada saat jam layanan nasabah tidak kebagian tempat duduk didalam ruangan nasabah. Untuk tempat parkir untuk motor sudah cukup luas namun apabila terdapat roda4 kurang luas.

d. Kedisiplinan karyawan

Kedisiplinan karyawan sangat penting yang dapat berpengaruh dalam kelancaran kerja Pegadaian CP Pekalongan. Tanpa adanya kedisiplinan sistematis dalam Pegadaian tersebut tidak akan berjalan lancar. Dalam PT Pegadaian terdapat karyawan yang keluar pada saat jam kerja. Sehingga dalam hal ini mengakibatkan terganggunya aktivitas pada saat nasabah menggadai ataupun menebus barang jaminan.

e. Fasilitas yang menarik secara visual

Fasilitas yang ada di Pegadaian sudah memadai seperti adanya AC diruang nasabah, televisi di ruang tunggu nasabah, pengecekan suhu badan, dan gedung yang menarik dan bersih.

2) *Reability* (kehandalan)

Menurut Ramya (2019) kehandalan merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat. Pelayanan dapat dikatakan handal apabila dapat memenuhi ekspektasi nasabah secara tepat dan cepat dengan memenuhi janji nasabah. Semakin handal karyawan maka semakin sesuai dengan ekspektasi nasabah sehingga menjadikan pelayanan semakin baik.

Dalam proses pelayanan, para petugas menyampaikan pelayanan dengan benar. Namun beberapa petugas PT Pegadaian terkadang kurang teliti sehingga mengakibatkan kesalahan. Seperti halnya ketika karyawan yang bertugas ketika nasabah menebus barang jaminan namun dalam

memberikan barang jaminan tidak sesuai dengan kepemilikannya. Apabila karyawan yang bertugas kurang cermat maka dapat mengakibatkan pekerjaan baru dengan memeriksa ulang barang jaminan mana yang benar atas nasabah yang akan diberikan. Dalam hal ini menjadikan nilai dalam kehandalan dalam pelayanan yang kurang maksimal. Maka dari itu karyawan diharapkan cermat dalam melaksanakan tugasnya sehingga dapat memberikan rasa puas kepada nasabah.

### 3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan, dengan memberikan sebuah solusi, memberikan informasi serta pengarahan yang jelas dan dapat dipahami sehingga dapat menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan tepat yang dialami oleh nasabah. Kecepatan yang diberikan ini merupakan suatu sikap tanggap dari karyawan dalam pemberian pelayanan. Dimana sikap tanggap ini akan mempermudah perusahaan mendapatkan kepuasan nasabah.

#### a. Kesiapan dalam merespon setiap nasabah

Nasabah akan merasa dihargai apabila karyawan PT Pegadaian dapat memberikan respon yang baik. Merespon konsumen dapat menimbulkan efek positif bagi kualitas pelayanan di PT Pegadaian CP Pekalongan. Karyawan merespon



dan tanggap dengan para nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan dilakukan dengan menyapa dan menanyakan kebutuhan apa yang mereka inginkan.

Karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan telah memberikan pelayanan yang tanggap, Seperti halnya dengan bersedianya karyawan dalam membantu ataupun merespon permintaan atau pertanyaan dari nasabah. Sehingga para nasabah merasa terbantu dalam proses pelayanan berlangsung.

b. Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat

Jika pelayanan dapat dilakukan dengan cepat, maka nasabah akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan karena mereka tidak perlu menunggu terlalu lama. Karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan telah berusaha memberikan pelayanan dengan cepat. Namun semua juga kembali ke banyak tidaknya nasabah yang datang mengingat bahwa karyawan yang berada di PT Pegadaian hanya 1 orang penaksir, 1 orang kasir dan 1 orang pengelola agunan pada bagian pelayanan. Selain itu, dalam jam kerja bertugas melakukan kegiatan lain seperti keluar pada saat jam operasional. Dalam hal tersebut kurangnya disiplin karyawan mengganggu dalam kecepatan memberikan layanan nasabah. Sehingga nasabah menunggu cukup lama dan penumpukan antrian pada saat mendapatkan pelayanan.

4) *Assurance* (Jaminan)



Jaminan merupakan kemampuan karyawan mengenai pengetahuan produk ataupun layanan yang dimiliki dengan jelas, sikap sopan terhadap nasabah, santun dalam berkata, memberikan pelayanan yang sama terhadap nasabah, dengan hal tersebut dapat menciptakan kepercayaan nasabah terhadap karyawan perusahaan. Memberikan pelayanan yang sopan dan santun dapat meningkatkan kepercayaan sehingga nasabah akan merasa nyaman dan terjamin. Apabila karyawan berhasil memberikan sikap baik kepada nasabah, maka nasabah akan merasa lebih aman dari bahaya, resiko atau keraguan.

Dalam melaksanakan tugas karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan hal yang utama yaitu dengan menjunjung sikap jujur dan kebenaran berdasarkan prosedur yang telah diterapkan oleh Pegadaian. Karyawan juga bersikap sopan dan santun dalam memberikan pelayanan kepada nasabah datang di PT Pegadaian CP Pekalongan. Sehingga memberikan rasa aman kepada konsumen yang berujung pada kepercayaan kepada perusahaan.

##### 5) *Empathy* (Empati)

Menurut Parasuraman et al., (1985) empati merupakan perhatian yang diberikan untuk nasabah dengan tujuan untuk memahami kebutuhan konsumen. Seperti halnya memberikan perhatian melalui komunikasi antar karyawan dan nasabah dengan baik, menjaga hubungan antara karyawan dan nasabah

dengan baik sehingga dapat memahami kebutuhan nasabah ataupun keluhan nasabah yang dialaminya.

Hal yang dilakukan oleh karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan memberikan pengarah, penjelasan ataupun jawaban sesuai dengan apa yang diminta oleh nasabah. Sehingga dengan begitu nasabah akan merasa mendapatkan perhatian secara individu oleh karyawan dan dapat memahami kebutuhan nasabah. Namun, karyawan terkadang membedakan antara nasabah yang dikenal dengan yang baru seperti halnya tidak ramah kepada nasabah tersebut. Dengan hal tersebut perlu tidak ada rasa membedakan antara nasabah satu dengan yang lain.

Selain itu, PT Pegadaian CP Pekalongan memiliki waktu jam pelayanan Senin-Jumat 08.30-15.00 dan Sabtu 08.30-12.00. Dengan jam istirahat jam 12.00-13.00.

Selain hal yang telah dijelaskan di atas, untuk memperkuat pengaruh kualitas pelayanan agar mampu mendapatkan kepuasan nasabah secara maksimal maka diperlukan perbaikan dari dimensi kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Sehingga nasabah akan merasa puas

Oleh karena itu, penjelasan di atas dalam praktik dalam melakukan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah belum optimal. Maka dari itu dapat memberikan rekomendasi

dengan meningkatkan dari beberapa dimensi yang kurang optimal yaitu dimensi *tangible* (bukti fisik), *Reability* (kehandalan), dan *Responsiveness* (ketanggapan)

1). *Tangible* (bukti fisik)

PT Pegadaian diharapkan untuk menjaga dan meningkatkan sarana dan prasana yang berada di Pegadaian seperti dengan merawat mesin fotocopy atau printer sehingga alat tersebut tidak mudah rusak.

Pegadaian CP Pekalongan selalu meningkatkan promosi melalui brosur, langsung dengan pelanggan ataupun dengan menggunakan media internet mengenai pemanfaatan transaksi aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Sehingga dengan meningkatkan penggunaan Pegadaian Digital Service dapat memudahkan nasabah dan tidak perlu untuk menunggu lama di Pegadaian CP Pekalongan, dan menambah hiasan dinding.

Selain itu perlu adanya menyalakan televise untuk menghibur nasabah agar tidak bosan ketika menunggu terlalu lama selain perlu adanya peningkatan kedisiplinan karyawan Pegadaian Pekalongan CP Pekalongan.

2). *Reability* (kehandalan)

Dengan meningkatkan ketelitian para karyawan. Dengan karyawan meningkatkan ketelitian maka dapat meminimalisir

kesalahan pada saat melayani nasabah dalam melaksanakan transaksi di Pegadaian.

3). *Responsiveness* (ketanggapan)

Karyawan dapat meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan cepat dengan cara untuk tidak meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja serta penambahan karyawan Pegadaian CP Pekalongan.

4). *Assurance* (jaminan)

Karyawan dapat meningkatkan ketepatan waktu dalam melayani nasabah, sehingga nasabah tidak jenuh dan merasa bosan. Dalam hal tersebut dapat berakibat pada ketidakpuasan nasabah. Maka dari itu perlu adanya ketepatan waktu dalam melayani nasabah.

5). *Emphathy* (empati)

Selalu menyapa nasabah yang datang dan tidak membedakan antara nasabah satu dengan yang lainnya. Dengan hal tersebut nasabah akan senang apabila disapa oleh karyawan sehingga dalam hal tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

6). Pelatihan bagi karyawan Pegadaian CP Pekalongan

Pelatihan yang bertujuan dapat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Pelatihan yang diperlukan seperti pelatihan pelayanan prima.

#### 6.2.4 *Service Excellent*

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan sebuah perusahaan jasa khususnya pada Pegadaian. Secara umum dapat dikatakan bahwa faktor yang paling utama yang mempengaruhi yaitu dari daya manusia yang dimiliki, pemasaran, maupun operasional dalam melakukan aktivitas. Hal ini berarti tanpa adanya kemampuan sumber daya manusia yang baik dalam melayani nasabah tentu kepuasan nasabah sulit dicapai. Dengan hal tersebut dalam mencapai sebuah sumber daya manusia yang baik guna memberikan kualitas pelayanan yang baik perlu adanya pelatihan. Dengan adanya pelatihan *service excellent* maka dapat meningkatkan kemampuan dari sumber daya manusia tersebut. Karena dalam hal ini tujuan utama dari pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan Pegadaian adalah dengan meningkatkan kepuasan nasabah dengan memberikan *service excellent*.

*Service excellent* merupakan kepedulian kepada nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan serta mewujudkan kepuasan nasabah agar nasabah tetap loyal dan setia kepada Pegadaian. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan *service excellent* tidak lepas dari kemampuan pemilihan suatu konsep pendekatannya.

Pegadaian CP Pekalongan dalam menerapkan *service excellent* dimana pelayanan yang dilakukan sudah memenuhi kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan oleh Pegadaian CP Pekalongan adalah dengan menawarkan produk-produk ataupun layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah melalui berbagai promosi.

Selain itu, Pegadaian menyediakan Pegadaian Digital Servis untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi untuk menikmati produk atau jasa yang disediakan oleh Pegadaian. Produk tersebut bertujuan agar nasabah tidak datang langsung ke outlet Pegadaian sehingga tidak perlu mengantri terlalu lama.

Pegadaian CP Pekalongan perlu adanya penerapan *service excellent* dengan melayani nasabah secara langsung, dengan tanggap, cepat dan tepat. Namun nyatanya dalam hal tersebut, ketika nasabah tersebut sampai di Pegadaian CP Pekalongan tidak dilayani langsung langsung .

Penerapan *service excellent* tidak hanya diwujudkan melalui pelayanan yang baik, tetapi juga harus diimbangi dengan fasilitas yang baik. Fasilitas yang dimaksud disini merupakan fasilitas fisik yang nampak dan dapat langsung dirasakan oleh nasabah. Fasilitas yang dimaksud disini seperti bangunan yang luas, kursi tunggu yang nyaman, ruangan yang sejuk, tempat parkir dan lain-lain.



Fasilitas yang ada di Pegadaian CP pekalongan sudah bagus, bangunan kantor Pegadaian cukup luas. Dalam bangunan ini terdapat ruang tunggu untuk nasabah yang mana pada ruang tunggu tersebut sudah tersedia kursi untuk nasabah agar nasabah tidak kelesuan dalam menunggu antrian. Selain itu di dalam ruangan kantor ini juga terdapat AC yang menjaga agar nasabah tidak kepanasan dan selalu nyaman dalam menunggu antrian.

Selain itu perlu adanya menjaga hubungan baik dengan nasabah. Menjaga hubungan baik dengan nasabah merupakan salah satu kesan baik untuk menjaga citra baik dari Pegadaian. Jika hubungan nasabah dengan Pegadaian itu buruk maka tentu citra perusahaan di depan nasabah buruk, dan bukan tidak mungkin nasabah tersebut akan mempengaruhi nasabah lainnya agar tidak menggunakan jasa Pegadaian CP pekalongan. Dalam menjaga hubungan dengan nasabah dengan selalu menghubungi nasabah, menanyakan kabar nasabat dan memberikan ucapan selamat jika nasabah berulang tahun. Tujuan dari menjaga hubungan baik ini bertujuan untuk mendekatkan antara pihak nasabah dengan pihak Pegadaian.

Dalam *service excellent* perlu untuk memperhatikan agar memudahkan terwujudnya kepuasan nasabah dengan melalui *service excellent*. Dari hal tersebut terdapat konsep dasar A6 yang terdiri dari *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (sikap), dan *accountability* (tanggung



jawab). Konsep dapat diterapkan oleh PT Pegadaian CP Pekalongan dalam mewujudkan *service excellent*, penerapan konsep A6 ini pada PT Pegadaian CP Pekalongan dapat kita lihat sebagai berikut:

1) *Ability* (Kemampuan)

Kemampuan para karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan ini dalam melayani nasabah bagus namun kurang optimal. Sehingga dapat mengakibatkan ketidakpuasan nasabah.

Selain itu kemampuan karyawan Pegadaian CP Pekalongan sudah menguasai produk yang ada di Pegadaian CP Pekalongan seperti apa saja produk yang ada, berapa masing-masing bagi hasilnya, apa saja manfaatnya dan apa saja persyaratan yang dibutuhkan untuk menggunakan produk tersebut. Sehingga apabila nasabah kurang paham mengenai produk ataupun layanan PT pegadaian CP Pekalongan ini maka karyawannya terutama *frontliner* tentu bisa menjelaskannya. Namun, perlu adanya peningkatan kemampuan untuk selalu memberikan informasi mengenai produk atau layanan yang ditawarkan oleh Pegadaian sehingga nasabah mengetahuinya

2) *Attitude* (Sikap)

*Attitude* (sikap) adalah merupakan perilaku yang perlu ditonjolkan dalam menghadapi nasabah. Sikap dalam melayani nasabah PT Pegadaian CP Pekalongan perlu adanya Senyum, Salam dan Sapa. Namun, terkadang karyawan belum menerapkan

kepada nasabah. Selain itu, sikap yang ditonjolkan oleh para karyawan di PT Pegadaian CP Pekalongan berdasarkan dengan AKHLAK yang merupakan singkatan dari (Amanah, kompeten, harmonis, loyal,. Adaptif dan kolaboratif).

Selain itu sikap karyawan dalam melayani nasabah yaitu sikap sabar yang mana apabila ada nasabah yang keras atau sedang marah, sebagai karyawan harus memberikan layanan yang tidak menyinggung perasaan nasabah ters

3) *Appereance* (Penampilan)

*Appereance* (penampilan) merupakan penampilan seseorang yang baik fisik maupun non fisik yang mampu memberikan sebuah kepercayaan diri dari pihak lain. Dari segi penampilan karyawan dari PT Pegadaian CP Pekalongan rapi dan bersih. Semua karyawan sudah memiliki pakaian seragam yang mana setiap harinya sudah ditentukan oleh perusahaan.

Penampilan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam mewujudkan *service excellent* kepada nasabah. Sehingga apabila penampilan karyawan kurang baik maka akan menciptakan kesan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Pegadaian kurang baik juga.

4) *Attention* (Perhatian)

*Attention* (perhatian) merupakan kepedulian terhadap nasabah berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta

pemahaman atas saran, kritik dan juga keluhan yang disampaikan oleh nasabah. Salah satu bentuk perhatian yang diberikan oleh Pegadaian CP Pekalongan yaitu jika nasabah nasabah yang buta huruf maka karyawan Pegadaian akan membantu melakukan pengisian formulir yang berkaitan dengan administrasi. Selain itu bentuk perhatian yang dapat dilakukan dengan selalu menjalin hubungan baik dengan nasabah dengan cara selalu menanyakan kabar nasabah tersebut dan juga memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada nasabah yang sedang berulang tahun

Bentuk yang dapat ditingkatkan oleh karyawan Pegadaian CP Pekalongan memberikan penanganan dan penyelesaian keluhan yang disampaikan oleh nasabah baik itu keluhan mengenai sistem atau operasional Pegadaian maupun keluhan yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pegadaian.

#### 5) *Action* (Tindakan)

*Action* (tindakan) merupakan berbagai tindakan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada nasabah. Tindakan merupakan kegiatan nyata yang dilakukan oleh Pegadaian CP Pekalongan dalam melayani nasabahnya. Dengan adanya tindakan menunjukkan adanya kepastian yang diberikan oleh karyawan terhadap nasabah.

Tindakan yang perlu ditingkatkan oleh karyawan Pegadaian CP Pekalongan dalam melayani nasabah, khususnya bagian

frontliner adalah senyum, salam dan sapa. Selanjutnya tanya apa yang dibutuhkan oleh nasabah, lalu jelaskan produk-produk yang ada di Pegadaian, kemudian layani dan proses apa kebutuhan nasabah dari awal sampai akhir dengan tulus dan sepenuh hati. Adanya tindakan nyata ini tentu akan membantu menciptakan kepuasan nasabah terhadap PT Pegadaian CP Pekalongan.

6) *Accountability* (Tanggung Jawab)

*Accountability* (tanggung Jawab) merupakan sikap keberpihakan kepada nasabah sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan nasabah. Tanggung jawab yang diberikan oleh para karyawan Pegadaian CP Pekalongan terhadap nasabah adalah dengan melayani nasabah dari awal nasabah datang sampai selesai apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh nasabah. Pelayanan ini harus dilakukan dengan tulus dan sepenuh hati agar nasabah merasa puas dan tetap loyal kepada PT Pegadaian CP Pekalongan.

### 6.2.5 Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pegadaian terhadap nasabah bisa menjadikan tolak ukur bagi nasabah. Menurut Parasuraman et. al., (1988) menyatakan bahwa ketika pelayanan yang diberikan mampu melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan pelanggan

tergantung pada perasaan yang dirasakan pelanggan, apakah sesuai dengan harapan atau jauh dari harapan.

Kepuasan konsumen secara umum diartikan perasaan konsumen setelah membandingkan hasil yang telah dirasakan dari produk atau jasa dengan harapannya (Heni Rohaeni1, 2017). Apabila hasil yang diberikan memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan konsumen maka nasabah akan merasa puas dan sebaliknya apabila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas.

Dalam konsepnya agar pelanggan puas dengan memperhatikan aspek kebutuhan dan keinginan. Yang pada nantinya akan menciptakan nilai tambah yang diberikan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan dinilai oleh konsumen. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat memperoleh kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi semua keinginan konsumen.

Baik tidaknya kepuasan konsumen disebabkan oleh adanya tuntutan dalam memenuhi kepuasan kebutuhan yang berujung pada level konsumen. Yang mana, proses tersebut menyebabkan perusahaan dalam bekerja dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan dapat memuaskan pelanggannya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang dapat memperpanjang keberadaan dari perusahaan tersebut. Sehingga PT Pegadaian CP Pekalongan berusaha agar mendapatkan kepuasan dari para konsumennya.

a. Kesesuaian antara harapan

Harapan adalah gambaran yang dimiliki konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ingin dirasakannya. Harapan konsumen terhadap suatu layanan telah terbentuk sebelum konsumen mengalami layanan tersebut. Ketika pelayanan dilakukan, harapan konsumen mengenai pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen. Jika sesuai, maka konsumen akan cenderung merasa puas.

b. Minat konsumen untuk datang kembali

Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi konsumen untuk datang kembali. Semakin puas konsumen, semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk membeli kembali. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengonsumsi suatu produk. Minat beli ulang ini timbul setelah konsumen mendapatkan kepuasan terhadap suatu produk. Dengan adanya minat beli ulang yang terus menerus maka dapat diartikan bahwa konsumen tersebut telah menjadi seorang pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa tertentu.



c. Merekomendasikan produk yang telah dipakai kepada teman atau keluarga.

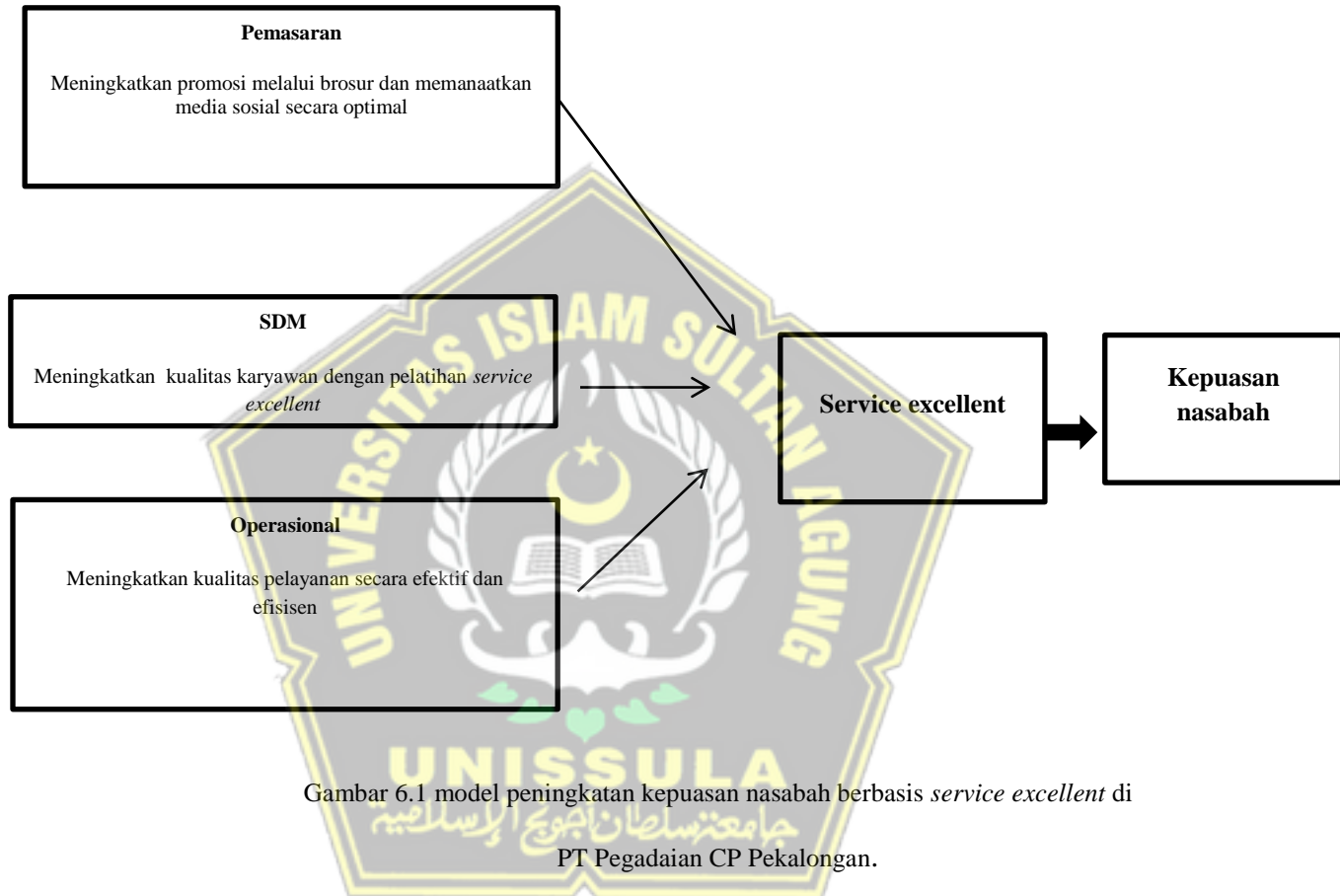
Pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan menggunakan sistem keluhan dan saran ataupun survey kepuasan nasabah. Apabila hal tersebut dilakukan maka perusahaan akan mengetahui seberapa puas nasabah PT Pegadaian CP Pekalongan. Selain itu, PT Pegadaian dapat memperbaiki apa yang menjadi keluhan para nasabah dan saran yang nasabah berikan kepada karyawan. Jika pelayanan yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik. Sedangkan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan untuk memberikan layanan untuk memenuhi atau melebihi harapan nasabah .

Menurut Arie Sulistyawati & Seminari, (2015) kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan nasababh sehingga akan menumbuhkan loyalitas pelanggan dan memudahkan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan dapat berkembang

Dari hal diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan dapat diperoleh dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah. Suatu produk ataupun jasa yang dihasilkan dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.



Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka model peningkatan kepuasan nasabah berbasis *service excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan sebagai berikut:



Gambar 6.1 model peningkatan kepuasan nasabah berbasis *service excellent* di PT Pegadaian CP Pekalongan.

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan kepuasan nasabah Pegadaian CP Pekalongan dengan memberikan *service excellent*. Dengan adanya *service excellent* dapat memenuhi harapan nasabah sehingga akan menciptakan kepuasan nasabah.
2. Untuk meningkatkan *service excellent* PT Pegadaian CP Pekalongan yaitu dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang harus dipertimbangkan yaitu, aspek operasional menyangkut meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik, aspek pemasaran menyangkut peningkatan promosi dengan mempertahankan dan meningkatkan penyebaran brosur serta memanfaatkan media online seperti instagram ataupun *website*, aspek sumber daya manusia menyangkut meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan *service excellent*.

## 7.2 Rekomendasi terkait dengan hasil analisis data

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan diatas memberikan rekomendasi yaitu :

### 1. Aspek Pemasaran

Dalam memenuhi kepuasan nasabah perlu adanya peningkatan promosi melalui iklan dengan menggunakan brosur pada nasabah yang datang dan memanfaatkan media sosial seperti instagram, *website* ataupun facebook bukan hanya whatsapp karyawan saja. Tanpa adanya promosi, nasabah tidak mengetahui produk atau layanan keseluruhan. Dengan begitu perusahaan dapat memberikan pelayanan produk yang dibutuhkan sesuai dengan nasabah sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah.

### 2. Aspek SDM

Meningkatkan kualitas karyawan dengan pelatihan *service excellent*. Untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien tidak lupa dengan adanya peran sumber daya manusia yang ada di PT Pegadaian CP Pekalongan. Maka diperlukan peningkatan kualitas karawan agar optimal dan maksimal dalam melayani nasabah sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah.

### 3. Aspek Operasional

Dalam memenuhi kepuasan nasabah melalui *service excellent* dengan mempertimbangkan dari lima dimensi kualitas pelayanan, sehingga untuk mendapatkan *service excellent* perlu adanya lima dimensi tersebut. Sehingga nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan

- a. Diharapkan dalam *tangible* (bukti fisik) untuk ruang tunggu nasabah perlu adanya penambahan kursi nasabah di dalam ruangan dan luar ruangan, memberikan informasi mengenai penggunaan Pegadaian Digital Service (PDS), dan perawatan mesin fotocopy, para karyawan harus lebih disiplin dan taat terhadap jam kerja sehingga tidak mengganggu pelayananan Pegadaian, menyalakan televisi agar nasabah yang menunggu tidak bosan dan jenuh.
- b. Para karyawan meningkatkan *Reability* (kehandalan) ketelitian dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab pada bidang masing-masing agar proses kerja terlaksana dengan baik dan tidak terjadi kesalahan dalam proses pelayanan nasabah sehingga nasabah merasa puas.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan) karyawan perlu mempercepat dalam melayani nasabah dan menambah karyawan PT Pegadaian CP Pekalongan. Agar nasabah tidak menunggu terlalu lama sehingga nasabah merasakan kepuasan mengenai pelayanan yang diberikan.

- d. *Assurance* (jaminan), karyawan perlu meningkatkan ketepatan dalam memberikan layanan nasabah.
- e. *Emphathy* (empati), karyawan menyapa nasabah dan tidak membeda-bedakan nasabah satu dengan lainnya.
- f. Pelatihan bagi karyawan Pegadaian CP Pekalongan agar dapat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.



## **BAB VIII**

### **REFLEKSI DIRI**

#### **8.1 Hal Positif Yang diterima Selama Perkuliahan dan Relevan Di Tempat Magang**

Dengan adanya program yang disediakan program studi, penulis diberikan kesempatan untuk melaksanakan aktivitas magang tepatnya di PT Pegadaian CP Pekalongan. Dalam melaksanakan aktivitas magang di PT Pegadaian CP Pekalongan, penulis mendapatkan ilmu mengenai dunia kerja dan dapat menerapkan ilmu yang didapatkan yang relevan di tempat magang. Seperti pembelajaran mengenai manajemen waktu mengenai menyelesaikan tugas yang diberikan dengan tepat waktu, ilmu mengenai promosi yang diterapkan di PT Pegadaian, serta bagaimana cara untuk melayani nasabah dengan baik, komunikasi dengan karyawan ataupun pimpinan dengan sopan dan santun. Selain itu, dengan adanya tugas yang diberikan kepada penulis dapat melatih rasa tanggung jawab. Melalui program magang ini penulis mampu bekerjasama dengan baik antar sesama teman magang dan karyawan Pegadaian CP Pekalongan.

Dalam nilai Fakultas Ekonomi Unissula terdapat 5 nilai atau disebut dengan “Choolifah” yang dapat diterapkan pada saat magang. Cooperation memberikan penulis untuk beradaptasi



dalam tempat magang dan bekerjasama dengan teman magang ataupun karyawan perusahaan. Leadership, yang menjadikan penulis berani melayani nasabah. Innovative, membuat penulis berfikir guna mendapatkan solusi dalam penyelesaian permasalahan yang dihadapi. Fairness, yang membuat penulis bersikap adil. Amanah yang membuat penulis untuk selalu bersungguh-sungguh dalam melakukan tugas dan dapat menyelesaikan tugas yang diberikan sehingga menciptakan rasa kepercayaan kepada penulis.

## **8.2 Manfaat Magang**

### **8.2.1 Manfaat kegiatan Magang terhadap Pengembangan soft-skill penulis**

- a. Mampu untuk adaptasi dengan lingkungan kerja.
- b. Belajar bagaimana cara berkomunikasi dengan baik kepada pimpinan, karyawan, teman magang ataupun kepada nasabah.
- c. Belajar bagaimana cara melayani nasabah dan menawarkan produk kepada nasabah.
- d. Melatih bekerja sama dengan karyawan ataupun teman magang.
- e. Belajar untuk bertanggung jawab atas perintah yang diberikan kepada penulis.

## 8.2.2 Kekurangan softskill yang belum Didapat penulis

### selama magang

- a. Penulis belum sepenuhnya menguasai mengenai bagaimana cara menerapkan mata kuliah yang selama ini dipelajari dalam dunia kerja.
- b. Belum mendapatkan jiwa kepemimpinan yang baik kepemimpinan yang selama ini didapatkan memimpin diri sendiri agar tugas dapat dikerjakan dengan baik dan tepat waktu.
- c. Terkadang ragu-ragu dalam menyampaikan ide/gagasan secara langsung.
- d. Kurang fokus dalam melaksanakan tugas.
- e. Terkadang kurang teliti dalam melaksanakan tugas.

## 8.3 Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif yang dimilikinya

### 8.3.1 Manfaat magang terhadap pengembangan kemampuan kognitif

Selama kegiatan magang banyak manfaat yang diperoleh oleh penulis dari pengalaman magang di PT Pegadaian CP Pekalongan. Pengembangan kemampuan kognitif yang didapatkan penulis:

- a. Penulis mengetahui mengenai produk ataupun layanan PT Pegadaian CP Pekalongan.
- b. Dapat melatih komunikasi dalam interaksi dan komunikasi yang baik dengan rekan kerja atau nasabah.
- c. Dapat menambah wawasan dalam dunia kerja.

### **8.3.2 Kekurangan kemampuan kognitif**

- a. Terkadang lupa perhitungan nilai taksiran apabila ditanya nasabah.
- b. Terkadang kurang memahami apa yang disampaikan oleh nasabah.

### **8.4 Kunci sukses dalam Bekerja**

Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis mendapatkan pengalaman serta manfaat yang dapat diambil yaitu memiliki sifat jujur, attitude yang baik, bertanggung jawab, memiliki kemampuan komunikasi dengan baik, memiliki ketrampilan sesuai dengan bidang pekerjaannya, saling menghargai perbedaan pendapat, mampu bekerja sama, dan menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat.

### **8.5 Rencana Perbaikan atau Pengembangan diri, Karir, dan Pendidikan selanjutnya**

Dalam mengatasi masalah pada saat pelaksanaan magang. Rencana pengembangan diri yang akan dilakukan oleh penulis

yaitu fokus dengan apa yang dikerjakan sehingga dapat menyelesaikan dengan cepat dan tepat, meningkatkan tingkat ketelitian, selain itu penulis berencana untuk mengembangkan diri dengan mengikuti kegiatan online seperti pelatihan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adityasari, N. (2015). Endorsement sebagai trend media pemasaran dalam prespektif Islam ( Karya Tulis Ilmiah Untuk Memenuhi Tugas Ujian Akhir Semester. *Academia Edu*, 1(2), 33.
- Arie Sulistyawati, N., & Seminari, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437.
- Arista, G., & Suputra, D. (2017). *Page 131*. 10(1), 131–152.
- Berthanila, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan). *Sawala*, 5(2), 7–16. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Sawala/article/view/464>
- Chaniago, H., & Khare. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan. February.*
- Heni Rohaeni1, N. M. (2017). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Indriyani, A. (2020). *Manajemen SDM Dalam Upaya Meningkatkan Mutu dan Kualitas Pelayanan di Ridwan Institute Cirebon*. 2(8), 346–362.
- Jaka, A. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2(1).
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 21(1)*. [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)
- Kobero, W., & Swallehe, O. (2022). The Effects of Service Quality on Customer

- Satisfaction in Higher Learning Institutions in Tanzania. *Open Journal of Business and Management*, 10(03), 1373–1391. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.103074>
- Nugrahani, F. (2014). Metode penelitian kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. In (Vol. 1, Issue 1).
- Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A.; Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. <https://www.proquest.com/openview/7d007e04d78261295e5524f15bef6837>
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1985). SERVQUAL: A multipl-item scale for measuring consumer perceptions of service quality Pdf. *Journal of Marketing*, 49(1979), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasurama A., Berry Leonardo L. and Zeithaml Valrie, A. (1991). Understanding Customer Expectations of Service. *Sloan Management Review*, 32(3), 39–49.
- Putra, M. A. H. dan I. K. A. M. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand (The Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand) Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain.*, 1(29), 335–343. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>
- Ramya, N. (2019). *Development. February*.
- Ritonga, H. M., & Pane, D. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan pelanggan *HONDA IDK 2 MEDAN*. 12(2), 30–44.
- Sarastuti, D. (2017). Sarastuti: Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 71–90.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam me bentuk Loyalitas pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*



*SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.

Syitah, S. U. (2019). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir terhadap kinerja karyawan pada PT Pegadaian.4(3), 446–458.

