

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lembaga keuangan merupakan badan usaha yang aset pangkalnya berbentuk uang dan piutang dalam bentuk saham, obligasi dan pinjaman, bukan aset berbentuk bangunan, peralatan maupun komoditas (Ikwan dkk., 2023). Lembaga keuangan ini sangat dibutuhkan pada masa modern saat ini karena dilihat dari fungsinya sebagai perantara antara masyarakat yang mempunyai dana lebih dan masyarakat yang membutuhkan dana. Lembaga keuangan ini dibagi menjadi dua jenis yaitu lembaga keuangan bank seperti bank sentral, bank umum dan bank pengkreditan rakyat, kemudian lembaga keuangan bukan bank seperti bursa efek, lembaga dana pensiun, asuransi, *leasing*, pegadaian, dan lain-lain.

Salah satu lembaga keuangan bukan bank yang sering digunakan adalah jasa gadai, saat ini jasa gadai telah menjadi salah satu opsi alternatif untuk masyarakat dalam mengatasi masalah finansial ketika dana yang dimiliki tidak cukup untuk kebutuhan yang mendesak, seperti biaya pendidikan, kebutuhan berobat, maupun untuk mengembangkan usaha. Dalam melakukan transaksi gadai ini individu harus memiliki barang berharga yang bisa dijadikan sebagai jaminan atas pinjaman yang diajukan. Tingginya minat masyarakat terhadap jasa gadai menyebabkan banyak perusahaan jasa gadai bermunculan. Berdasarkan data pada situs OJK, perbulan Februari 2024 terdapat 158 perusahaan jasa gadai yang terdaftar dan tersebar diseluruh Indonesia.

Dengan maraknya perusahaan jasa gadai yang terus bertambah pada saat ini, tentunya perusahaan dituntut untuk terus bersaing melakukan perbaikan dari segi produk maupun dari layanan yang diberikan kepada nasabahnya, hal ini dimaksudkan agar nasabah merasa puas dan loyal kepada satu perusahaan sehingga tidak akan berpindah menggunakan jasa gadai lainnya. Menurut Oliver (2010) dalam jurnal Ismulyaty dkk. (2022) loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali membeli produk ataupun menggunakan jasa terpilih secara terus-menerus pada masa mendatang.

Menurut Muliadi (2022) loyalitas nasabah dapat diukur dari beberapa indikator, yaitu *repeat purchase* (pembelian berulang), *retention* (ketahanan dari isu buruk tentang perusahaan), dan *referrals* (mereferensikan kepada orang lain). Apriliany dkk. (2022) berpendapat bahwa faktor utama dalam membentuk loyalitas nasabah adalah dengan kepuasan pelanggan. Rasa puas yang didapatkan seorang pelanggan dapat menarik pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan secara terus menerus dan juga dapat mempengaruhi calon nasabah lain untuk menggunakan produk maupun jasa dari perusahaan.

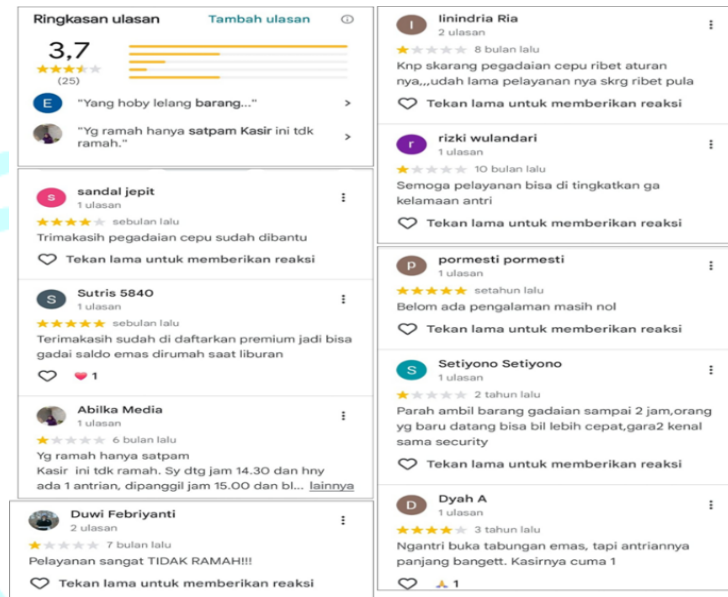
Kepuasan nasabah sendiri dapat didefinisikan sebagai kondisi emosional perasaan senang maupun kecewa setelah nasabah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan sepadan dengan apa yang diharapkannya atau bahkan bisa lebih tinggi dari apa yang diharapkan oleh nasabah (Khumaini dkk., 2022). Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh mutu produk serta kualitas layanan yang ditawarkan. Dalam konteks pelayanan, terdapat dua faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu ekspektasi nasabah terhadap layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima. Nasabah cenderung mengevaluasi pelayanan berdasarkan sejauh mana pelayanan tersebut sesuai dengan harapan atau keinginan nasabah. (Wati dkk., 2023).

Kualitas layanan menurut Kotler (2019) yaitu suatu penilaian dari konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dibandingkan dengan layanan yang di ekspektasikan (Apriliany dkk., 2022). Kualitas layanan memainkan peran kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu aspek ini harus dipertimbangkan secara cermat untuk mendukung kontribusi pendapatan dan menjaga keberlanjutan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang ada di Indonesia adalah PT Pegadaian yang merupakan lembaga keuangan bukan bank, bergerak dibidang pembiayaan untuk kebutuhan masyarakat baik bersifat konsumtif maupun produktif tentunya dengan hukum gadai. Nasabah saat akan melakukan proses pengajuan dipegadaian syaratnya cukup mudah dan sederhana, dengan bunga rendah dan taksiran yang cukup mendekati kebutuhan sehingga jasa pegadaian banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Dengan banyaknya masyarakat yang sudah menjadi nasabah dipegadaian, hal ini tentunya PT Pegadaian harus memberikan

pelayanan yang sangat maksimal guna memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas nasabah kepada perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan berdasarkan ulasan dan rating pada *google maps*, ditemukan bahwa PT Pegadaian UPC Cepu mendapatkan rating 3,7. Dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 Ulasan Dari *Google Maps*

Sumber: Penulis, (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, diketahui bahwa konsumen belum sepenuhnya puas terhadap pelayanan yang diberikan. Akan tetapi masih belum diketahui secara pasti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah tersebut belum puas sepenuhnya terhadap pelayanan yang ada. selain itu juga, belum dilakukan identifikasi secara mendalam faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Cepu.

Untuk mengukur kualitas dari pelayanan dapat menggunakan dimensi *Service Quality (Servqual)*. Menurut Simatupang & Kurniawan (2022) metode *Servqual* mengukur semua dimensi sehingga didapatkan hasil dari kesenjangan antara harapan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:137) dalam jurnal Ikhsan dkk. (2021) terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* (daya tanggap), *tangibles* (kenyataan), *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), dan *emphaty* (kepedulian).

Teknik analisis data menggunakan metode kano. Menurut Rizki dkk. (2021) dengan menggunakan metode kano maka dapat ditentukan atribut yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kategori atribut tersebut termasuk kedalam *must be*, *one dimensional*, dan *attractive*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, diketahui terdapat perbedaan beberapa nasabah yang tidak puas terhadap pelayanan yang saat ini diberikan oleh perusahaan. Selain itu, masih belum dapat dipastikan secara jelas faktor apa saja yang menyebabkan ketidakpuasan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang menyebabkan ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan serta memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat dipertimbangkan oleh pihak perusahaan. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT Pegadaian UPC Cepu sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

1.2. Rumusan Masalah

Dibawah ini merupakan rumusan masalah dari penelitian ini, antara lain:

1. Seberapa besar perbedaan antara nilai harapan nasabah dan pelayanan yang diberikan perusahaan saat ini?
2. Apa atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Pegadaian UPC Cepu?
3. Apa usulan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT Pegadaian UPC Cepu berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah?

1.3. Tujuan Penelitian

Dibawah ini merupakan tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara nilai harapan nasabah dan pelayanan yang diberikan perusahaan saat ini.
2. Untuk mengetahui apa saja atribut yang harus diprioritaskan untuk dilakukannya perbaikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Pegadaian UPC Cepu.

3. Dapat membuat rancangan usulan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT Pegadaian UPC Cepu berdasarkan kebutuhan dan keinginan nasabah.

1.4. Batasan Masalah

Dibawah ini merupakan batasan masalah dari penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, dan *emphaty*, pada PT Pegadaian UPC Cepu.
2. Responden dalam penelitian ini terbatas pada nasabah yang datang dan melakukan transaksi pengajuan, pembayaran, dan pengambilan jaminan pada PT Pegadaian UPC Cepu.
3. Alat analisis menggunakan metode *service quality (servqual)* dan kano.

1.5. Manfaat

Dibawah ini merupakan beberapa manfaat dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk memahami, menerapkan, dan mengembangkan dari ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan dan dipelajari selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan, untuk memberikan informasi tambahan kepada pihak PT Pegadaian UPC Cepu terkait dengan tingkat kepuasan konsumen dan sebagai pertimbangan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen PT Pegadaian UPC Cepu.
3. Lain-lain, diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana cara pengukuran tingkat kepuasan konsumen pada PT Pegadaian UPC Cepu. serta dapat digunakan untuk referensi dalam penelitian selanjutnya.