

Tinjauan Atas Kualitas Pelayanan Produk KCA Pada PT Pegadaian Cabang Bogor

Salma Salsabila, Adil Fadillah, Morita

Program Studi Perbankan dan Keuangan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan

EEmail: salmasalsabila@ibik.ac.id

*Implementation of
Quality Service in
Pawnshop*

187

Submitted
SEPTEMBER
2021

Accepted
NOVEMBER
2021

ABSTRACT

The discussion is entitled Overview of the service quality of KCA products at PT Pegadaian (Persero) Bogor Branch. The purpose of this discussion is to determine the service quality of KCA products on customer satisfaction, either jointly or partially at PT Pegadaian (Persero) Bogor Branch. Based on the results of this discussion, the quality of service consisting of reliability, certainty, reality, empathy, and responsiveness has a significant influence on consumer satisfaction. The results of the discussion show that the service quality which consist of reliability, assurance, empathy, tangible, and responsiveness together has a positive influence.

Keywords: service quality, finance,

ABSTRAK

Pembahasan ini berjudul Tinjauan atas kualitas pelayanan produk KCA pada PT Pegadaian (persero) Cabang Bogor. Tujuan dari pembahasan ini untuk mengetahui kualitas pelayanan produk KCA terhadap kepuasan pelanggan, baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada PT Pegadaian (persero) Cabang Bogor. Berdasarkan hasil dari pembahasan ini bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tangkap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari pembahasan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri atas reliability, assurance, empathy, tangible, dan responsiveness secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, pegadaian,

PENDAHULUAN

Adanya pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, para perilaku ekonomi baik pemerintah maupun masyarakat, baik pereorangan maupun badan hukum memerlukan dana yang besar. Seiring dengan kegiatan ekonomi tersebut, kebutuhan tentang pendanaan pun akan semakin meningkat. Kebutuhan pendanaan sebgaiian besar dapat dipenuhi melalui kegiatan pinjam meminjam.

Kegiatan pinjam meminjam ini dilakukan oleh perseorangan atau badan hukum dengan suatu lembaga keuangan, baik lembaga informal maupun lembaga formal. Kecenderungan ini dilakukan karena mudahnya persyaratan yang harus dipenuhi, mudah diakses dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Namun dibalik kemudahan tersebut, renternir atau sejenisnya menekan masyarakat dengan bunga yang tinggi.

Jika masyarakat mau memilih keadaan lembaga formal yang dapat dipergunakan untuk melakukan pinjam meminjam, mungkin masyarakat akan cenderung memilih lembaga formal untuk memenuhi kebutuhan dananya. Lembaga formal dibagi dua yaitu lemabaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Salah satu lembaga keuangan nonbank ialah PT. Pegadaian (Persero) yang merupakan perusahaan BUMN di Indonesia yang usaha intinya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai.

JABKES

Jurnal Aplikasi Bisnis
Kesatuan
Vol. 1 No. 2, 2021
page. 187-196
IBI Kesatuan
ISSN 2807 – 6036
DOI: 10.37641/jabkes.v1i2.1333

Salah satu jasa yang di tawarkan oleh PT. Pegadaian (persero) kepada konsumen yaitu Produk Kredit Cepat Aman (KCA) adalah salah satu produk unggulan dari perusahaan. Adapun penulis menyimpulkan bahwa Kredit Cepat Aman (KCA) dapat membantu masyarakat dalam pemberian kredit yang sifatnya jangka pendek dan jangka menengah dengan pinjaman atas hukum gadai. Menjanjikan permohonan bisa dipenuhi dengan proses yang cepat. Kredit Cepat Aman (KCA) merupakan pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman dan cepat. Dengan usaha ini, Pemerintah melindungi rakyat kecil yang tidak memiliki akses kedalam perbankan. Dengan demikian, kalangan tersebut terhindar dari praktek pemberian uang pinjaman yang tidak wajar.

Sebagai perusahaan pelayanan jasa, pelayanan (*service*) adalah salah satu ujung tombak untuk menarik nasabah. Sukses tidaknya sebuah perusahaan jasa tergantung dari keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah. Kepuasan konsumen terjadi ketika sebuah produk atau jasa yang di terima konsumen melebihi harapannya. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai 10 harapan maka konsumen akan merasa puas (*satisfied*), dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasarannya untuk mencapai volume penjualan tertentu. Kepuasan konsumen mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, maka produk atau jasa tersebut tidak ada artinya.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal untuk memenuhi harapan nasabah yang nantinya akan menimbulkan kepuasan nasabah terhadap penyedia jasa. Apabila pelayanan yang diharapkan telah diterima oleh nasabah, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut berkualitas atau memuaskan, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan tersebut kurang memuaskan atau tidak berkualitas.

Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Dalam penelitian menjelaskan bahwa variable produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Ruslan (2011), persepsi konsumen atas kinerja melampaui harapan mereka juga memandang bahwa yang ditawarkan harus menunjukkan kualitas dari suatu produk jasa yang ditawarkan, dalam hal ini konsumen memiliki anggapan bahwa produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik. Sehingga pada umumnya konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan produk, maka dalam hal ini mereka akan membandingkan antara jasa yang satu dengan jasa lainnya, dan barulah konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli.

Produk merupakan unsur pertama dan paling penting dalam bauran pemasaran. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan suatu penawaran yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Produk dapat diartikan sebagai setiap benda yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Produk biasanya sengaja dibuat oleh sekelompok orang sebagai ajang mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran atau pun jual beli produk yang bersangkutan, sehingga perusahaan mampu menciptakan kepuasan melalui produk yang bersaing sesuai harapan konsumen. Produk menjadi salah satu faktor yang dapat

membentuk kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan memperoleh suatu kepuasan.

Adapun tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen tentang prosedur pelayanan produk KCA di PT Pegadaian Cabang Bogor.
2. Tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan produk KCA di PT Pegadaian Cabang Bogor.
3. Tanggapan konsumen tentang produk kredit cepat aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Bogor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menguraikan fenomena dan fakta yang ada atau terjadi dalam obyek penelitian. Data diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan di PT Pegadaian Cabang Bogor selama tiga bulan yaitu sejak 1 April sampai dengan 1 Juli 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian Obyek Penelitian

PT Pegadaian (Persero) adalah badan usaha yang merupakan salah satu Lembaga Keuangan Non-Bank yang memiliki izin resmi dalam bidang pembiayaan melalui penyaluran dana kepada masyarakat dengan dasar hukum gadai. Lembaga seperti ini dahulu berkembang di Italia, selanjutnya dipraktikkan di Eropa dan daerah sekitarnya, seperti Inggris dan Belanda. Sejarah pegadaian di Indonesia sudah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, pada masa pemerintahan VOC dengan didirikannya Bank van Leening yang merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Namun Usaha gadai tersebut hanya status pengelolaannya saja yang mengalami beberapa kali perubahan sejalan dengan perubahan peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah.

Dalam masa ini Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Hingga pada tahun 2011, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

Prosedur Pelayanan Konsumen Produk KCA Pada PT Pegadaian Cabang Bogor

Penanganan keluhan adalah salah satu contoh komunikasi antara organisasi bisnis dan pelanggan, baik itu kritik, masukan, saran, atau, keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam teori ini Menurut Kotler Keller (2008 :226) pemasaran pengeposan langsung adalah pemasaran langsung dengan mengirimkan penawaran, pengumuman, pengingat, atau barang lain kepada seseorang dialamat tertentu. Direct mail biasanya dilakukan melalui E-mail atau menggunakan daftar pengiriman yang diseleksi secara ketat, pemasar langsung mengirimkan kepada konsumen. Direct mail sendiri merupakan media yang cukup populer karena merupakan media promosi yang dapat menjangkau target secara selektif.

Pemberian kredit yang dilakukan oleh Bank atau Lembaga Keuangan lainnya dilakukan dengan menerapkan prosedur. Prosedur yang dimaksud adalah serangkaian kegiatan atau tahap-tahap yang saling berkaitan dalam menyelesaikan suatu transaksi kredit. Adapun tujuan dari prosedur ini pada umumnya adalah sebagai langkah untuk mengetahui atau menilai informasi lebih lengkap mengenai calon nasabah, juga sebagai langkah untuk menegah kredit macet (bermasalah). Sehingga seiring berjalannya periode kredit oleh nasabah, Bank atau Lembaga Keuangan tersebut dapat meminimalisir kredit bermasalah.

Secara umum kriteria penilaian yang dilakukan oleh Bank atau Lembaga Keuangan dalam menyalurkan jasa perkreditan kepada calon debitur adalah dengan menganalisis 5 faktor atau yang biasa disebut dengan The five C's of Credit atau analisis 5C, yaitu:

1. *Character*
Tujuan dari penilaian ini agar kreditur dapat memastikan bahwa calon debitur mempunyai itikad yang baik atau kemauan yang baik (*willingness to pay*) jika dia diberi pinjaman.
2. *Capacity*
Tujuan dari penilaian ini agar kreditur dapat memastikan kemampuan calon debitur dalam membayar (*willingness to ability*) pinjaman yang akan diberikan.
3. *Capital*
Tujuan dari penilaian ini adalah kreditur mengetahui sejauh mana kemampuan modal calon debitur dalam menghasilkan keuntungan (*rentabilitas modal sendiri*).
4. *Collateral*
Tujuan dari penilaian ini adalah kreditur mengetahui berapa nilai harta dari calon debitur yang dijadikan sebagai barang jaminan dalam melakukan peminjaman.
5. *Condition*
Tujuannya agar kreditur dapat memastikan apakah kondisi ekonomi, politik, sosial budaya mempengaruhi prospek usaha dari calon debitur di masa sekarang atau di masa yang akan datang.

Hal ini juga yang diterapkan oleh PT Pegadaian (Persero) dalam menyalurkan kredit gadai kepada masyarakat. Secara umum prosedur yang diterapkan hampir sama untuk semua jenis produk kredit gadai, namun ada prosedur khusus yang dilakukan untuk setiap jenis kredit tergantung tingkat nilai pinjaman atau pun risiko masing-masing kredit.

Adapun prosedur pemberian kredit KCA pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Bogor yaitu:

1. Prosedur permohonan kredit oleh nasabah:
 - a. Calon nasabah mengisi Formulir Permintaan Kredit (FPK) KCA.
 - b. Calon nasabah menyerahkan formulir, barang jaminan, dan kartu identitas (KTP/SIM/PASPOR) yang masih berlaku kepada penaksir.
2. Prosedur taksiran barang jaminan oleh penaksir:
 - a. Penaksir menerima formulir, kartu identitas, dan barang jaminan dari calon nasabah.
 - b. Penaksir memeriksa FPK KCA yang telah diisi calon nasabah serta barang jaminan.
 - c. Melakukan taksiran atas barang jaminan sehingga dapat menentukan uang pinjaman yang sesuai dengan pedoman operasional kantor cabang yang berlaku.
 - d. Menandatangani formulir sebagai tanda bukti penerimaan barang jaminan.
 - e. Mencatat jumlah taksiran dan uang pinjaman pada sistem PASSION (Pegadaian Application Support System Integrated Online) dan menerbitkan SBG (Surat Bukti Gadai). Dalam SBG tercantum informasi tentang identitas nasabah, jenis barang gadai, nilai taksiran, nilai pinjaman, jangka waktu pinjaman, besarnya sewa modal atau bunga, tanggal jatuh tempo, dan tanggal pelelangan barang. Satu SBG terdiri dari dua lembar kertas, SBG lembar pertama atau cetakan asli diberikan kepada nasabah dan lembar kedua (dwilipat) untuk pihak pegadaian.
3. Prosedur pemberian kredit oleh kasir:
 - a. Kasir menerima SBG dari penaksir.
 - b. Kasir menjelaskan hal-hal yang berlaku atas periode pinjaman, seperti tanggal jatuh tempo pinjaman beserta biaya administrasi yang harus dibayar oleh nasabah.
 - c. Menyerahkan uang pinjaman kepada nasabah sesuai dengan jumlah yang tercantum pada SBG lalu memprosesnya ke dalam sistem PASSION.
 - d. SBG lembar pertama diserahkan kepada nasabah dan SBG lembar kedua (dwilipat) diarsipkan.

4. Prosedur penyimpanan barang jaminan oleh pengelola agunan:
 - a. Memasukkan barang jaminan ke dalam kantong BG (Barang Gadai) dan sudah ditemplei kitir dwilipat dan merapkannya.
 - b. Setelah jam operasional berakhir, bagian gudang menyesuaikan barang jaminan dengan jumlah barang jaminan yang tertera pada daftar pencairan gadai dengan jumlah barang gadai yang diterima, jika jumlahnya sudah sesuai maka bagian gudang membubuhkan tanda tangan pada kolom penerimaan.
 - c. Barang jaminan disimpan di gudang.

Hasil dari pengamatan yang dilakukan penulis selama di lapangan menunjukkan bahwa prosedur pemberian kredit gadai KCA pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Bogor sudah sesuai dengan ketentuan prosedur yang ditetapkan. Diketahui dari beberapa nasabah PT Pegadaian mengaku bahwa layanan jasa kredit gadai Produk KCA yang disediakan oleh PT Pegadaian (Persero) dapat membantu pemenuhan kebutuhan dalam bidang ekonomi. Hal ini lah yang menjadi misi utama dari PT Pegadaian (Persero) yaitu untuk membantu kebijaksanaan Pemerintah bidang ekonomi dan pembangunan nasional melalui penyaluran kredit gadai, serta mencegah maraknya praktek ijon, pegadaian gelap, serta pinjaman tidak wajar lainnya yang beredar di masyarakat, sesuai dengan mottonya “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”.

Kualitas Pelayanan Produk KCA Pada PT Pegadaian Cabang Bogor

Menurut hasil dari pengamatan penulis tentang kualitas pelayanan paroduk KCA pada PT Pegadaian sudah sangat sesuai dengan yang diharapkan oleh para nasabah. Hal ini juga sesuai dengan teori yang diberikan oleh Tjiptono (2011) dimana nasabah diberikan layanan berupa:

1. Reliabilitas (*reliability*) Berkaitan dengan kemampuan karyawan perusahaan PT Pegadaian untuk memberikan pelayanan produk KCA yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan, yaitu seperti menjelaskan dan menyampaikan produk KCA secara rinci namun mudah dipahami oleh para nasabah dengan memberitahukan kemudahan dan keunggulan dari produk KCA tersebut. Sehingga nasabah merasa paham dan nyaman dengan layanan yang di berikan oleh karyawan perusahaan dalam penyampaian produk KCA.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan perusahaan PT Pegadaian untuk membantu para nasabah dan merespon permintaan nasabah dalam pengajuan produk KCA namun masih sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam perusahaan, yaitu seperti menjelaskan kepada nasabah baru yang baru saja ingin mengajukan gadai namun masih bingung dengan produk – produk yang di tawarkan maka dengan itu karyawan akan memberikan pelayanan dan penjelasan sesuai yang di butuhkan nasabah tersebut. Serta menginformasikan kepada nasabah untuk tetap memperhatikan tanggung jawab pembayaran kredit produk KCA agar tidak melewati tanggal jatuh tempo yang sudah di jelaskan sebelumnya dan di sepakati saat pengajuan kredit produk KCA, karena hal tersebut merupakan tanggung jawab dan kesadaran nasabah, serta pihak perusahaan akan tetap memberikan informasi melalui pesan singkat, telepon atau surat cetak jika sudah mendekati waktu jatuh tempo atau waktu lelang namun nasabah tidak kunjung membayarkan kewajibannya.
3. Jaminan (*Assurance*) Perilaku karyawan PT Pegadaian yang mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah produk KCA terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabah, misalnya memberitahukan keunggulan – keunggulan produk KCA yang di miliki oleh PT pegadian yaitu seperti waktu pembayaran fleksibel dengan jangka waktu 4 bulan jika belum bisa melunasi dalam jangka waktu 4 bulan dapat di perpanjang dengan hanya membayar biasa sewa modalnya saja atau dengan mencicil sebagian uang pinjamannya serta barang yang di gadaikan tetap di simpan dan di jaga dengan aman. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah nasabah sehingga dapat di tangani secara cepat.

4. Empati (*Emphaty*) Menyatakan bahwa karyawan perusahaan PT Pegadaian dapat memahami masalah para nasabah dan bertindak demi kepentingan nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan agar tidak terjadi salah paham dengan nasabah lain, serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah produk KCA dengan menawarkan produk KCA dengan memberitahukan keunggulan dan kemudahan produk KCA yang ada di PT Pegadian.
5. Bukti Fisik (*Tangible*) Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik perusahaan PT Pegadaian seperti gedung yang kokoh dan nyaman dengan peralatan/perlengkapan yang lengkap seperti ruang tunggu dengan pendingin ruangan yang sejuk dan wangi, kursi yang nyaman dengan tetap mematuhi protokol yang tepat. Material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi, sopan, dan menarik serta wangi. Dan di masa seperti sekarang baik perusahaan PT Pegadaian dan karyawan melakukan protokol kesehatan dengan yang sesuai agar membuat nasabah merasa nyaman.

Kualitas Pelayanan Produk KCA pada PT Pegadaian Cabang Bogor

Menurut hasil dan pengamatan penulis dalam tanggapan konsumen atau nasabah tentang kualitas layanan KCA PT Pegadaian Cabang Bogor sangatlah baik dan sesuai. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dimana hal ini dilakukan guna mengetahui tanggapan dari konsumen tentang kualitas layanan KCA PT Pegadaian.

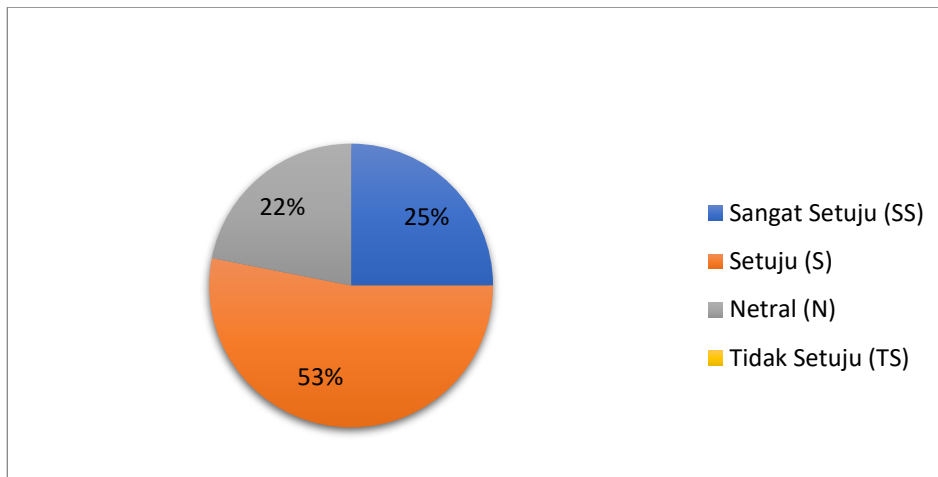
Sebelumnya kuesioner menurut (Arikunto, 2010) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari Q. dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Sedangkan menurut (Endang, 2013) kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang memuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh subjek penelitian.

Kuesioner ini berisi tentang pertanyaan mengenai tanggapan konsumen tentang kualitas layanan produk KCA PT Pegadaian Cabang Bogor. Dimana teknik ini sangat mudah di gunakan dan tentu saja data yang di dapat sangat akurat. Adapun bobot skor atau penilaian karakter yang di gunakan ialah :

1. Sangat Setuju (SS) : 5
2. Setuju (S) : 4
3. Netral (N) : 3
4. Tidak Setuju (TS) : 2
5. Tidak Sangat Setuju (TSS) : 1

Data Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen atau nasabah Produk KCA PT Pegadaian Cabang Bogor yang sedang berkunjung dan melakukan transaksi di PT Pegadaian Cabang Bogor pada saat penelitian berlangsung. Hasil dari penyebaran kuesioner didapatkan karakteristik responden berdasarkan Reliability, Responsiveness, dan Tangible. Berikut dipaparkan hasil dari masing-masing karakteristik responden sebagai berikut.

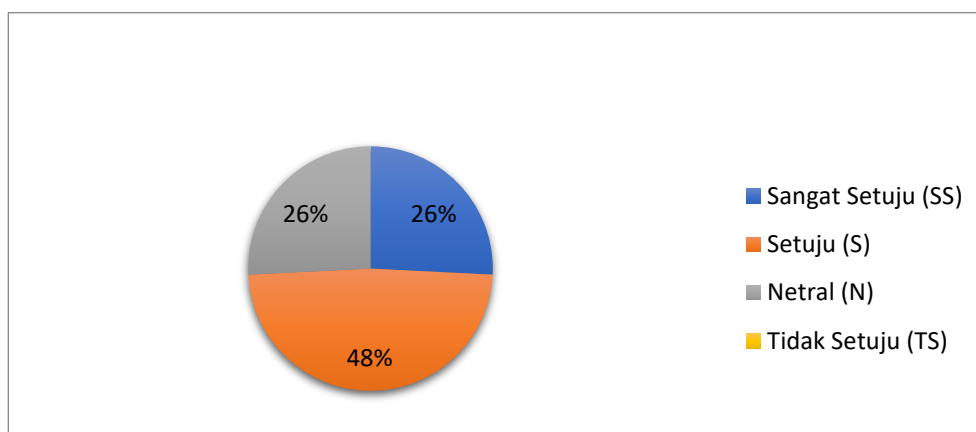
- a. Pernyataan pertama yang penulis buat dalam kuesioner ialah merupakan dimensi pokok kualitas pelayanan berupa reliability, yang dimana pernyataannya ialah Karyawan PT Pegadaian sigap dalam melayani nasabah produk KCA. Dalam pernyataan ini di peroleh hasil responden dari nasabah produk KCA PT Pegadaian sebagai berikut :



Gambar 3.3 Diagram Pernyataan Pertama

Dari hasil diagram diatas terlihat bahwa nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor 53% setuju dengan pernyataan karyawan PT Pegadaian sangat sigap dalam melayani nasabah produk KCA. Dalam hal ini karyawan PT Pegadaian cabang Bogor memiliki reliabilitas yang baik dalam melayani nasabah baik dalam hal penyampaian produk KCA secara jelas dan mudah di pahami oleh nasabah. Sedangkan 25% merasa sangat setuju dengan pernyataan di atas, dalam hal ini biasanya nasabah yang sangat setuju dengan pernyataan di atas ialah nasabah baru yang membutuhkan bimbingan dan penjelasan produk secara detail, sedetail mungkin tetapi tetap mudah di pahami dan juga nasabah lama yang sudah merasa percaya dan merasa terbantu dengan reliabilitas karyawan PT Pegadaian dalam melayani nasabah produk KCA. 22% nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor masih ada yang merasa ragu atau tidak begitu percaya dan paham tentang pemaparan atau penjelasan produk dan pelayanan yang di berikan oleh karyawan PT Pegadaian.

- b. Pernyataan kedua yang penulis buat dalam kuesioner ialah merupakan dimensi pokok kualitas pelayanan berupa reliability, yang dimana pernyataannya ialah Karyawan PT Pegadaian cepat tanggap terhadap keluhan nasabah produk KCA. Dalam pernyataan ini di peroleh hasil responden dari nasabah produk KCA PT Pegadaian sebagai berikut :

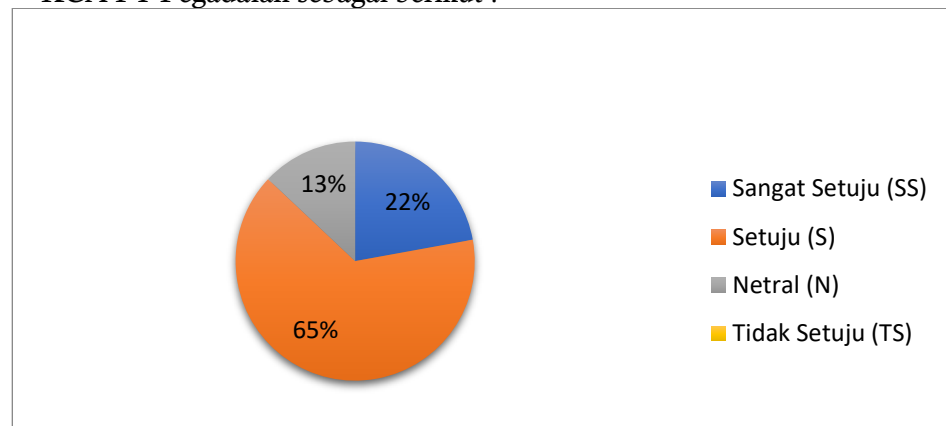


Gambar 3.4 Diagram Pernyataan Kedua

Dari hasil diagram diatas terlihat bahwa nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor 48% nasabah produk KCA merasa setuju dengan cepat tanggap dan ketepatan yang di berikan dalam pelayanan oleh para karyawan berarti dalam hal ini

ada beberapa karyawan yang memperhatikan reliabilitas sesuai dengan yang di tetapkan oleh perusahaan dan mempraktikkannya secara baik kepada nasabah. Dan 26% nasabah produk KCA sangat setuju dengan layanan yang diberikan, kecepatan dan ketepatan suatu pelayanan sangat di butuhkan oleh para nasabah karna hal tersebut nasabah merasa diberikan layanan yang sangat terbaik dari pihak perusahaan. segangkan setengah dari nasabah yang sangat setuju yaitu 26% nasabah produk KCA merasa netral antara setuju dan belum setuju karena masih ada karyawan yang belum cepat tanggap dalam membantu nasabah produk KCA yang merasa kebingungan atau masih tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

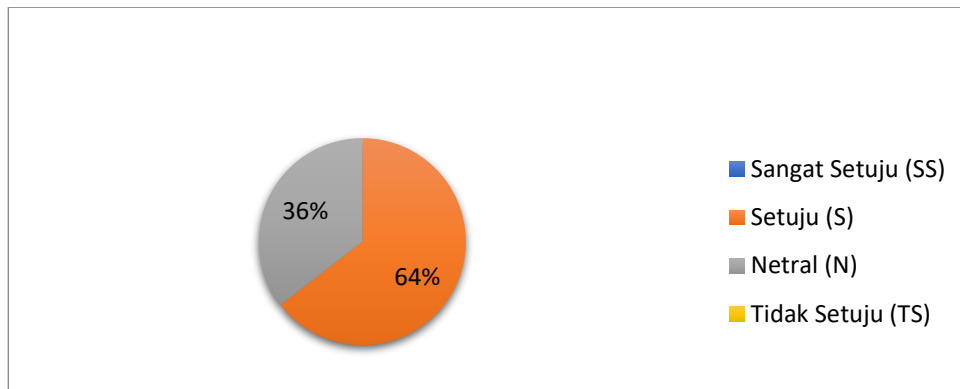
- c. Pernyataan ketiga yang penulis buat dalam kuesioner ialah merupakan dimensi pokok kualitas pelayanan berupa responsiveness, yang dimana pernyataannya ialah Karyawan PT Pegadaian menyampaikan informasi produk KCA dengan jelas. Dalam pernyataan ini di peroleh hasil responden dari nasabah produk KCA PT Pegadaian sebagai berikut :



Gambar 3.5 Diagram Pernyataan Ketiga

Dari hasil diagram diatas terlihat bahwa nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor 65% setuju dengan responsiveness karyawan PT Pegadaian cabang Bogor dalam menjelaskan informasi produk KCA secara jelas, karna hal tersebut banyak nasabah yang bertahan, percaya, dan tertarik dengan produk KCA di PT Pegadian karena pelayanan yang diberikan sangatlah baik dan sesuai dengan keinginan nasabah. 22% nasabah produk KCA sangat setuju karna sudah percaya dan terbukti dengan kinerja karyawan PT Pegadaian dalam memberikan informasi khususnya informasi mengenai produk KCA secara jelas dan sesuai. Serta 13% nasabah produk KCA netral karna belum begitu memahami atau tidak begitu peduli dengan penjelasan informasi yang diberikan oleh karyawan PT Pegadaian.

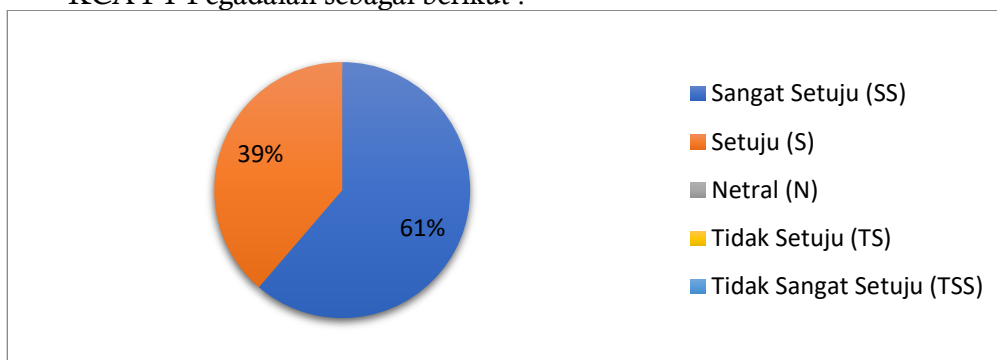
- d. Pernyataan keempat yang penulis buat dalam kuesioner ialah merupakan dimensi pokok kualitas pelayanan berupa tangible, yang dimana pernyataannya ialah Karyawan PT Pegadaian berpenampilan rapih,sopan,bersih dan wangi dalam melayani nasabah. Dalam pernyataan ini di peroleh hasil responden dari nasabah produk KCA PT Pegadaian sebagai berikut :



Gambar 3.6 Diagram Pernyataan Keempat

Dari hasil diagram diatas terlihat bahwa nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor 64% setuju dengan pernyataan diatas dalam hal ini berarti karyawan memperhatikan kenyamanan nasabah dengan memperhatikan penampilan sesuai dengan ketentuan yang ada. Karena dalam memberikan pelayanan karyawan harus memberikan penampilan yang sesuai agar nasabah merasa nyaman dan percaya dengan penjelasan produk yang di sampaikan. Sedangkan 36% nasabah memilih netral karna masih ada beberapa karyawan yang kurang memperhatikan penampilannya sehingga nasabah merasa tidak nyaman dan percaya dengan karyawan seperti itu.

- e. Pernyataan kelima yang penulis buat dalam kuesioner ialah merupakan dimensi pokok kualitas pelayanan berupa tangible, yang dimana pernyataannya ialah ruang tunggu pengajuan dan pelayanan produk KCA sangat bersih dan nyaman. Dalam pernyataan ini di peroleh hasil responden dari nasabah produk KCA PT Pegadaian sebagai berikut :



Gambar 3.7 Diagram Penyataan Kelima

Dari hasil diagram diatas terlihat bahwa nasabah produk KCA PT Pegadaian cabang Bogor 61% dan 39% nasabah produk KCA sanagat setuju dan setuju dengan kenyamanan, kerapihan dan kebersihan dari ruang tunggu pengajuan dan pelayanan produk KCA, hal ini menjadi nilai tambah bagi perusahaan karna memberikan kepuasan terhadap nasabah secara tidak langsung. Secara tidak langsung nasabah bisa menilai pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah karna dari faktor pelayanan tangible saja sudah terbukti sangat memuaskan, maka dari itu nasabah akan merasa percaya dan nyaman dengan layanan selanjutnya yang diberikan oleh pihak perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Misi utama dari PT Pegadaian (Persero) adalah untuk mendukung pelaksanaan kebijaksanaan Pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada

umumnya melalui penyaluran jasa kredit gadai, serta mencegah praktek pegadaian gelap, riba, dan pinjaman tidak wajar yang beredar di kalangan masyarakat.

2. Pelayanan yang disediakan serta karyawan yang sangat ramah juga menjadi salah satu indikasi masyarakat memilih menggunakan jasa kredit gadai serta jasa lain yang disediakan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Bogor.
3. Tingkatkan kualitas pelayanan dalam produk gadai KCA karena merupakan salah satu produk yang sangat mudah untuk diajukan dan proses pengajuan tidak membutuhkan waktu yang lama. Sehingga pasti banyak calon nasabah yang berminat dengan produk KCA.
4. Prosedur pemberian pemberian kredit gadai KCA pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Bogor sudah sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dan terus diterapkan sesuai ketentuan-ketentuan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A Muwafik, Saleh. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Buchari, Alam. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- [3] Dwiyanto Agus. 2011. *Manajemen Pelayanan Publik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- [4] Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Kamir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [6] Moenir, H 2009. *Manajemen Pelayanan Publik*. Jakarta: Bina Aksara.
- [7] Mahmoedin, As. 2012. *Etiket Pelayanan Bank*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Kuncoro, Modrajad & Suhardjo. 2011. *Manajemen Perbankan*, Yogyakarta: BPEE.
- [9] Sulistyono, H. 2008. *Etika Perbankan dan Pelayanan Prima*. Surakarta
- [10] Purba, J.H.V. and Munawar, A., 2005. Analisis Pelayanan Bagian Teller Studi Kasus Pada BRI Unit Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Kesatuan (JIK)*, 7(2), pp.11-18.
- [11] Purba, J.H.V. and Sulistiono, S., 2013. Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), pp.85-92.
- [12] Purba, J.H.V., 2012. Tanggapan Nasabah atas Produk Perbankan Studi Kasus BRI Cabang Bogor. *Dosen Akademi Manajemen dan STIE Kesatuan*.
- [13] Purba, J.H.V., 2006. Analisis Kinerja Keuangan Emiten Sebelum dan Sesudah Masuk Bursa: Studi Kasus Pada PT X. *Jurnal Ilmiah Ranggagading (JIR)*, 6(1), pp.31-35.
- [14] Purba, J.H.V., 2005. Strategi Diversifikasi Produk Terhadap Tingkat Omzet Penjualan (Studi Kasus pada PT. Surya Pelita Pratama). *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 5(1), pp.59-66.
- [15] Purba, J.H.V., 2020. Does Chinese Vegetable Oil Consumption Have Positive Implications for the Indonesia-China Trade Balance?. *Integrated Journal of Business and Economics*, 4(1), pp.36-44.
- [16] Purba, J.H.V., 2001. Keragaan Kelapa Sawit Indonesia Ditinjau dari Jenis Pengusahaan dan Wilayah Produksi.
- [17] MUKTIADJI, N., MULYANI, S., DJANEGARA, M.S. and PAMUNGKAS, B., 2020. The role of financial management accountability in enhancing organizational performance in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), pp.845-852.
- [18] Putri, D.S. and Muktiadji, N., 2017. Analisis Portfolio Optimal Pada Beberapa Perusahaan LQ-45 Komparasi Pendekatan Markowitz Dan Model Indeks Tunggal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 5(1), pp.33-43.