

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN DI KANTOR PEGADAIAN  
CABANG SUKOHARJO**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun oleh :**

**GUNTUR ARI PRASETYO**

**NIM : B 100 030 189**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2008**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Adanya kebutuhan manusia yang tidak terbatas ternyata menimbulkan permasalahan yang kompleks untuk dicarikan solusi. Walaupun sekarang perkembangan jaman penuh dengan berbagai kemajuan disegala bidang dengan terbatasnya alat pemuas dan pemenuh kebutuhan manusia menjadi kendala utama dari penyelesaian masalah diatas. Kondisi riil yang terjadi dalam masyarakat dengan adanya persaingan global memberikan konsekuensi logis bagi perusahaan agar dapat berperan sekaligus menguasai pasar. Persaingan global menunjuk setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya akan menunjang terwujudnya kepuasan konsumen atau pelanggan (*customer satisfaction*). Apalagi dengan semakin tinggi persaingan sebagai imbal dari persiangan global yang penuh dengan keterbukaan, kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi, membuat semua perusahaan harus dapat meningkatkan keterampilan untuk memberikan pelayanan atau *customer service* kepada pelanggan. Perusahaan yang memiliki keterampilan yang tinggi dalam memberikan pelayanan akan mampu menguasai pasar, bahkan mendominasi pasar.

Lewat kegiatan pemasaran yang efektif dengan pendekatan pemasaran yang bersifat *relationships marketing*, tentunya upaya untuk semakin dekat

dengan para pelanggan harus terus dibina yang secara tidak langsung akan berdampak pada kelangsungan dan pengembangan perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas bisnis atau kegiatan usahanya, umumnya yang harus diperhatikan perusahaan adalah orientasi pelanggan atau *customer orientation* yaitu menyangkut apa yang harus dipuaskan perusahaan terhadap pelanggan. Dengan lebih memperhatikan aspek tersebut tentunya tujuan yang ingin dicapai perusahaan akan dapat terwujud.

Menurut Schnaars (1991) dalam Tjiptono (1997: 24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah mendapatkan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dan perusahaan menjadi harmonis atau dekat, memberikan dasar yang baik bagi pelanggan ulang produk atau jasa tersebut atau tercapinya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan, sebab akan menimbulkan hubungan sebab akibat yang bertambahnya tingkat keuntungan atau laba perusahaan (Tjiptono: 24). Apalagi kalau kita berbicara pelayanan jasa cenderung lebih susah untuk di evaluasi sejauh mana tingkat kepuasan pemakai jasa tersebut. Sebagian besar kualitas jasa yang diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontrak personal dengan penyelenggaraan jasa tersebut.

Konsep tentang kepuasan pelanggan atau customer satisfaction menurut Kotler (1995: 46) adalah:

“Tingkat perasaan seseorang pelanggan atau pemakai jasa setelah membandingkan kenyataan dari kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan dipersiapkan terhadap jasa tersebut”.

Dari pengertian diatas terlihat bahwa kesenjangan atau gap yang dirasakan oleh pelanggan akan selalu dinilai lewat proses perbandingan yang berkelanjutan antara harapan dengan kenyataan yang diberikan oleh perusahaan. Tentunya hal tersebut perlu menjadi perhatian para penyedia jasa. Konsumsi pasti akan mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, jika kenyataan dibawah harapan, pelanggan akan puas, serta bila kenyataan melampaui harapan, pelanggan akan merasa sangat puas.

Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan non perbankan yang memiliki peranan yang cukup penting demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat, perlu lebih memusatkan perhatian pada pelanggan atau pemakai jasa gadai. Dengan fokus masalah akan membuat tingkat kedekatan hubungan pegadaian dengan nasabahnya semakin kuat.

Menurut Soebagyo, dkk (1997: 88) definisi secara umum dari pegadaian adalah:

“Suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khas, yaitu secara hukum gadai atau adanya kewajiban bagi nasabah untuk menyerahkan harga geraknya (agunan) kepada kantor cabang pegadaian dan disertai pemberian hak bagi pegadaian untuk melakukan penyelenggaraan lelang”.

Dari definisi diatas terlihat bahwa lembaga pegadaian memiliki peranan yang cukup strategis demi menunjang pembangunan nasional. Sesuai dengan adanya peraturan pemerintah nomor 10 tahun 1990, perum pegadaian adalah satu-satunya badan yang berhak untuk melakukan pengaturan kredit

gadai pada masyarakat dengan prosedur yang sederhana dan cepat tanpa memperhatikan penggunaan dana yang dilakukan nasabah. Selain pengatur kredit gadai, sekarang pegadaian juga melayani beberapa jenis jasa lain seperti jasa titipan, jasa taksiran dan *gold counter*, yang membuat alternative pilihan pelayanan pada nasabahnya menjadi bervariasi.

Dengan sifatnya pelayanan melalui prosedur yang sederhana dan cepat oleh pegadaian diatas, tentunya menjadikan perum pegadaian sebagai alternative pembiayaan bagi masyarakat, karena relative lebih mudah dalam pemenuhan persyaratannya. Walaupun sifat dari pinjaman yang memiliki jangka waktu pendek, berkisar antara 3 sampai 6 bulan dan dalam jumlah nominal yang kecil, akan tetapi keberadaannya sangat membantu masyarakat dibandingkan dengan lembaga perbankan atau praktek-praktek ijon atau rentenir, lintah darat, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya. Akan tetapi walaupun menjadi alternative yang lebih *rasional* bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan *financial*, bukan berarti pihak manajemen Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo yang merupakan salah satu cabang di kota Sukoharjo menjadi seenaknya memperlakukan nasabahnya. Untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dengan tanpa melupakan tujuan perusahaan dalam mencari keuntungan, adanya kepekaan terhadap pemberian pelayanan yang berkualitas menjadi syarat mutlak demi kelangsungan perusahaan.

Dari berbagai latar belakang dan pemikiran diatas tentunya menjadi pokok keterkaitan bagi penulis untuk diteliti. Melihat Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo yang merupakan salah satu Cabang Kota Surakarta dengan

pelayanan jasa gadai berupa: kredit jasa, jasa titipan, jasa taksiran dan *gold counter* yang tentunya melakukan proses evaluasi terhadap kualitas pelayanan dengan memperhatikan aspek dari lima dimensi kualitas pelayanan (*responsive assurance, tangibles, empathy, dan reliability*) demi terwujudnya kepuasan nasabahnya, maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan mengambil judul: “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR PEGADAIAN CABANG SUKOHARJO“.

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam sebuah penelitian menjadi hal yang penting karena akan menjadi arah bagi langkah-langkah penelitian selanjutnya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka untuk memperjelas dan membatasi permasalahan yang dibahas, masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh dari Definisi *responsive, assurance, tangible, empathy dan reliability* terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan jasa gadai di Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo.
2. Dari kelima Dimensi *service quality* tersebut, dimensi apakah yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan jasa gadai di Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo.

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang merupakan upaya pengukuran tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan di Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo ini bertujuan :

1. Menganalisa pengaruh dimensi *responsive*, *assurance*, *tangible empathy* dan *reability* terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan jasa gadai di Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo.
2. Menganalisa dimensi *service quality* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan jasa gadai di Kantor Pegadaian Cabang Sukoharjo.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang konsep kepuasan konsumen serta sumbangan pemikiran yang sederhana dalam konsep pengelolaan jasa gadai.

2. Bagi Pihak Perum Pegadaian

Sebagai sumber informasi dalam usaha meningkatkan kualitas layanan supaya lebih memuaskan nasabah serta untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan di masa kini dan dimasa mendatang dengan berpengaruh pada kepuasan nasabah pegadaian.

## **E. Sistematika Skripsi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan mengemukakan teori dari hasil studi pustaka yang erat hubungannya dengan bidang penelitian antara lain berisi pemahaman konsep jasa, konsep *Total Quality Service (TQS)*, pengetahuan kualitas, kualitas pelayanan, pengertian produk, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, hubungan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan serta kajian penelitian terdahulu.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan kerangka pemikiran yang menerangkan mengapa suatu metode analisis dipergunakan hipotesa, penentuan populasi, dan sampel, data dan sumber data, dan rencana alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian yang diteliti, data konsumen, analisis data, hasil analisis dan pembahasan.



## BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang perlu disampaikan dalam hubungan dengan peningkatan kualitas pelayanan.