

Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Perum Pegadaian DKI Jakarta

Noor Rahmania, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461263&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan non bank yang termasuk kelompok lembaga keuangan non bank yang bersifat besar, formal dan urban merupakan satu-satunya lembaga keuangan di Indonesia yang beroperasi dengan hukum gadai. Selama pejalanannya lembaga ini sudah beberapa kali mengalami perubahan yang mendasar.

Pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia, sektor perbankan mengalami guncangan yang cukup parah. Namun pada masa ini Perum Pegadaian hadir sebagai solusi alternatif pendanaan bagi kreditor. Saat itu suku bunga kredit sangat tinggi ditambah lagi dengan proses permintaan kredit yang sangat rumit.

Perum Pegadaian memiliki beberapa keunggulan dibandingkan lembaga perbankan lainnya. Selain merupakan satu-satunya lembaga yang beroperasi dengan hukum gadai, Pegadaian juga memiliki prosedur pengajuan dan pengucuran kredif yang sangat mudah, praktis, dan cepat. Tantangan yang saat ini sedang dihadapi Perum Pegadaian adalah bagaimana mempertahankan posisi sebagai perusahaan yang terdepan di bidangnya dan tetap melakukan perbaikan yang berkesinambungan walaupun hingga kini Pegadaian masih memonopoli industri jasa gadai di Indonesia

Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan suatu usaha. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan akan membuat tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan meningkat pula. Pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian berulang atau bisa dibilang bahwa pelanggan tersebut akan loyal pada suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal ini akan memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Karena bukan saja pelanggan tersebut akan langsung memilih perusahaan ini untuk memenuhi kebutuhannya tapi juga bisa menjadi seseorang yang mengajak orang lain untuk menggunakan jasa Pegadaian.

Pada penelitian ini akan diketahui kualitas jasa pegadaian yang diberikan Perum Pegadaian sebagai salah

satu cara untuk meningkatkan kualitas perusahaan dan agar dapat terus berbenah diri. Penulis melakukan analisis tentang seberapa besar tingkat kesenjangan kualitas jasa Perum Pegadaian dibandingkan dengan ekspektasi nasabahnya. Metode penelitian yang dipergunakan adalah memakai penelitian kuantitatif yang berbentuk deskriptif. Bentuk kuesioner yang dipergunakan untuk kualitas pelayanan merupakan adaptasi dari kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990).

Model SERVQUAL menyajikan model konseptual mengenai kualitas jasa yang menjelaskan kemungkinan-kemungkinan terjadinya kesenjangan antara nasabah dengan pihak perusahaan. Khusus pada penelitian ini kesenjangan yang diteliti adalah kesenjangan antara harapan dengan jasa yang diterima pelanggan atau disebut sebagai Gap 5.

Metodologi yang dilakukan adalah dengan metode survey, dimana kuesioner akan dibagikan pada minimal seratus nasabah Perum Pegadaian. Calon responden tersebut disyaratkan harus sudah menjadi nasabah Perum Pegadaian DKI Jakarta selama sebih dari 12 bulan. Penyebaran kuesioner dilakukan pada sepuluh Kantor Cabang dari sekitar 40 Kantor Cabang di DKI Jakarta, yang dipilih secara acak.

Dari hasil kuesioner akan dihitung kesenjangan yang terjadi pada kualitas pelayanan di perusahaan ini. Kesenjangan ini terjadi jika terdapat selisih antara ekspektasi nasabah dengan persepsi nasabah. Setelah diketahui dimensi mana saja yang mengalami kesenjangan maka langkah selanjutnya adalah memetakan atribut-atribut kualitas pelayanan agar dapat diketahui prioritas dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan. Masing-masing dimensi akan dianalisa untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan yang dapat dilakukan. Selanjutnya melakukan analisis regresi untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi persepsi, value, kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dengan melakukan pemetaan pada Diagram Kartesius diketahui bahwa dari 22 atribut SERVQUAL yang dianalisis, dua diantaranya berada di Kuadran A, sebelas atribut berada di Kuadran B, tujuh atribut berada di Kuadran C, dan dua atribut berada di Kuadran D.

Dari hasil penelitian ini ternyata diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan nasabah dengan pelayanan yang diterima di Perum Pegadaian hal ini terlihat pada analisis bahwa masih adanya selisih antara nilai kepentingan dan kinerja. Dari lima dimensi SERVQUAL yang dianalisis pada penelitian

ini, kesenjangan yang terjadi mulai dari yang paling besar hingga paling kecil adalah Reliability Tangibles, Assurance, Responsiveness kemudian Empathy.

Faktor-faktor pembentuk kepuasan pelanggan pada penelitian di Perum Pegadaian DKI Jakarta ini adalah persepsi dan penanganan keluhan. Sedangkan faktor-faktor pembentuk loyalitas pada penelitian ini adalah citra perusahaan (image) dan kepuasan pelanggan.

Langkah awal untuk dapat bersaing di era globalisasi adalah memperkecil kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan nasabah dengan pelayanan yang diberikan. Langkah yang dapat diambil Perum Pegadaian adalah sebaiknya karyawan Perum Pegadaian memakai seragam saat melayani nasabah. Kemudian meningkatkan ketulusan karyawan dalam melayani nasabah dengan cara lebih menanamkan nilai dan budaya perusahaan pada karyawan. Selain itu juga bisa dilakukan dengan program insentif dari perusahaan atau menjalankan program Employee of The Month versi manajemen dan versi nasabah. Dengan begitu nasabah dilibatkan langsung dalam penilaian karyawan. Hal ini demi tercapainya program "Nasabah NoW".

Usaha peningkatan citra bisa dilakukan dengan mengkomunikasikan motto perusahaan pada media elektronik seperti Televisi dan Radio selain pada media cetak. Kemudian penyampaian citra ini juga dilakukan dengan standarisasi suasana cabang. Warna dominan, kata sapaan yang khas Pegadaian bisa menjadi alternatif standarisasi tersebut.

Untuk semakin mempercepat transaksi maka Perum Pegadaian dapat memberlakukan sistem database nasabah dan modernisasi peralatan taksiran barang. Kemudian sebaiknya Pegadaian memiliki suatu sistem penanganan keluhan yang standar sehingga bisa menampung keluhan nasabah dan menjadikannya sebagai feedback bagi perusahaan.

Yang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut adalah mengenai bagaimana meningkatkan citra yang dimiliki Perum Pegadaian. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi citra perusahaan akan membuat perusahaan mengetahui langkah meningkatkan loyalitas. Penelitian secara berkesinambungan mengenai kualitas pelayanan juga sebaiknya dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perubahan yang telah dilakukan.