

BAB I

PENDAHULUAN

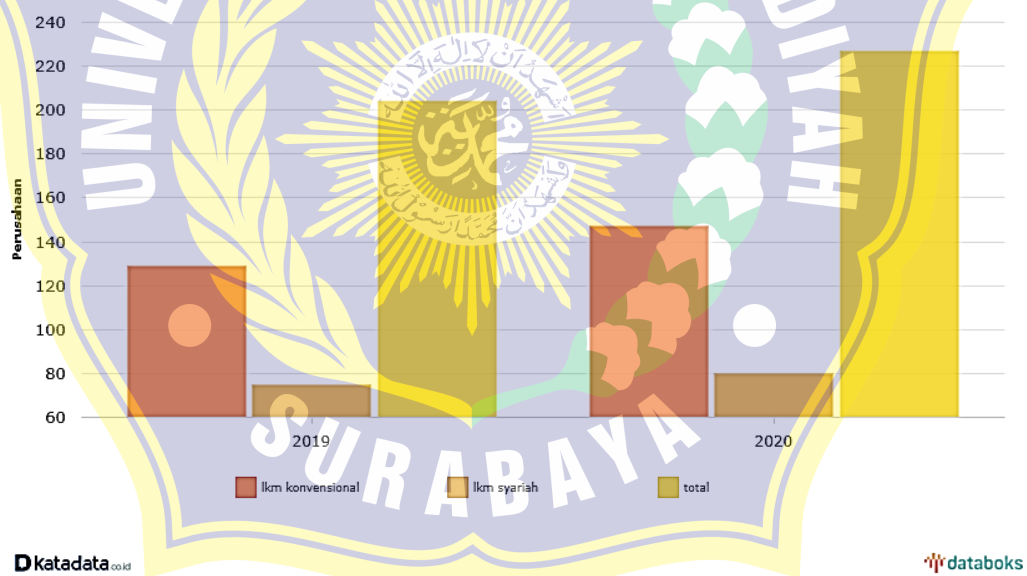
A. Latar Belakang Masalah

Hampir semua aktivitas keuangan masyarakat di seluruh dunia tak lepas dari peran lembaga keuangan. Lembaga inilah yang menjadi perantara finansial masyarakat, yakni pihak yang membutuhkan dana serta pihak yang memberikan dana. Selain sebagai perantara, lembaga ini juga punya andil besar dalam menjaga kestabilan peredaran uang dan perekonomian negara, termasuk Indonesia.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah segala badan atau lembaga yang aktivitas utamanya adalah dibidang keuangan. Mulai dari menghimpun hingga menyalurkan dana kepada masyarakat. Lembaga keuangan juga dapat diartikan sebagai institusi yang punya aset dalam bentuk keuangan dan berfungsi untuk menjalankan usaha di sektor jasa keuangan. Baik itu sebagai pemberi dana untuk mendanai usaha, keperluan konsumtif atau sebagai layanan keuangan non pendanaan.

Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi dua jenis, yakni lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Bank terbagi menjadi beberapa jenis yaitu bank sentral, bank umum dan bank pengkreditan rakyat. Sementara itu lembaga keuangan non bank terbagi menjadi beberapa jenis yaitu Pegadaian, Koperasi Simpan Pinjam, Lembaga Asuransi, Leasing dan Pasar Modal.

Terdapat perbedaan antara lembaga keuangan bank dan non bank. Perbedaan ini bukan hanya terletak pada sasaran dan bentuk pembiayaan, melainkan juga pada bentuk penghimpunan dananya. Dalam hal penghimpunan dana, bank dapat menghimpun dana baik secara langsung maupun secara tidak langsung dari masyarakat, sedangkan lembaga keuangan bukan bank hanya dapat menghimpun dana secara tidak langsung dari masyarakat. Penghimpunan dana secara tidak langsung dari masyarakat ini seperti melalui kertas berharga, bisa juga dari penyertaan dan pinjaman dari lembaga lain. Jadi, lembaga keuangan non bank tidak melakukan penghimpunan dana secara langsung dari masyarakat yang berupa tabungan, giro dan deposito.



Gambar 1. 1 Jumlah Pelaku Lembaga Keuangan Mikro (LKM)

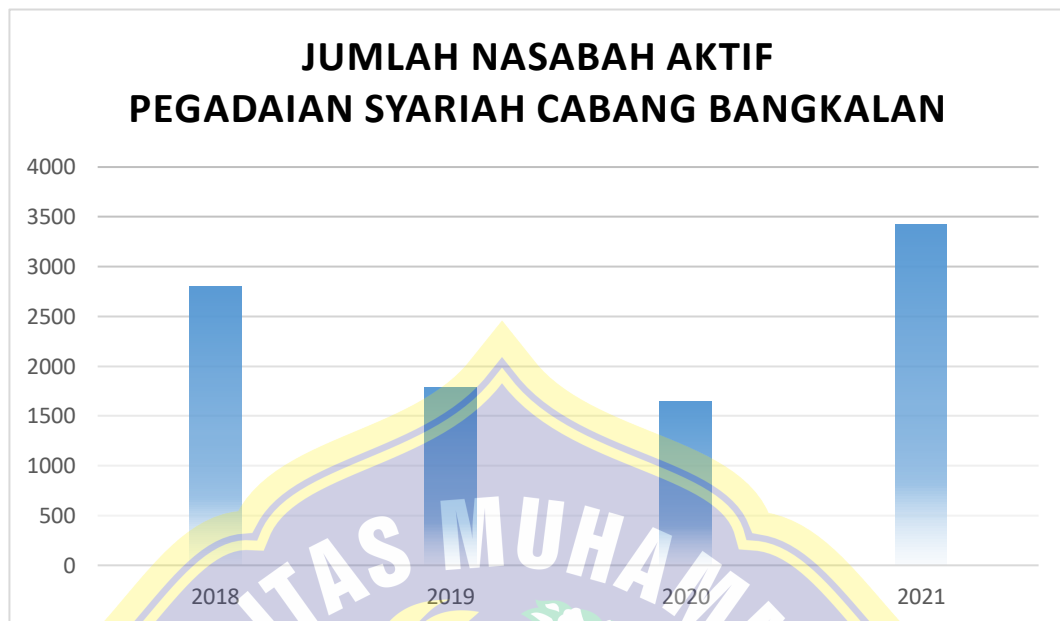
Sumber : Katadata.com, (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, ada 227 Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia pada 2020. Jumlah itu meningkat 10,13% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 204 LKM. Secara rinci, terdapat 147 LKM konvensional di dalam negeri. Sementara, 80 perusahaan lainnya merupakan LKM syariah. Jumlah LKM tersebut telah tersebar di 22 dari 34 provinsi di Indonesia. Jawa Tengah menjadi provinsi dengan jumlah LKM terbanyak, yakni 122 perusahaan atau 53,74% dari totalnya. Posisi kedua ditempati oleh Jawa Barat dengan 28 LKM. Setelahnya ada Jawa Timur yang tercatat memiliki 23 LKM. Artinya Lembaga keuangan yang berada di Jawa Timur memiliki potensi persaingan yang cukup tinggi.

Lembaga keuangan non bank seperti Pegadaian mulai muncul dan berkembang sejak diterbitkannya peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/POJK.05/2016 tentang usaha pegadaian. Kebijakan ini diambil oleh OJK karena beberapa alasan diantaranya yakni: (1) Dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan bagi masyarakat menengah ke bawah dan usaha mikro, kecil, dan menengah, perlu memperluas layanan jasa keuangan melalui penyelenggaraan usaha pegadaian. (2) Dalam rangka penyelenggaraan usaha pegadaian yang memberikan kemudahan akses terhadap pinjaman, khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah dan usaha mikro, kecil, dan menengah, perlu adanya landasan hukum bagi Otoritas Jasa Keuangan dalam mengawasi usaha pegadaian di Indonesia, dan (3) Landasan hukum untuk pengawasan usaha pegadaian diperlukan untuk menciptakan usaha pegadaian yang sehat, memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha pegadaian dan perlindungan kepada konsumen. Namun

karena hal itu juga Pegadaian yang awalnya adalah perusahaan yang bergerak di bidang pergadaian satu-satunya di Indonesia yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sejak diterbitkannya Peraturan OJK tersebut kini mulai muncul pesaing baru dari pegadaian swasta. Perusahaan gadai swasta yang sudah berkembang di daerah Madura khususnya Kabupaten Bangkalan yakni PT Mas Agung Sejahtera (Gadai MAS), PT Gadai Terang Abadi Mulia (TAM), Gadai Syariah SPM, Gadai Syariah KSPPS BMT NU Jawa Timur, PT Laku Emas (Sentral Gadai), Gadai Emas Rakyat, Gadai Syariah BSI, dan koperasi-koperasi lainnya. Dengan banyaknya pesaing di industri gadai, kualitas pelayanan Pegadaian menjadi salah satu prioritas utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah, didukung dengan adanya kebiasaan masyarakat Madura yang secara kultural memang suka investasi atau menabung uangnya dalam bentuk emas.

Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan terletak di Jl. Ki Lemah Duwur No. 08 Kabupaten Bangkalan merupakan perusahaan jasa gadai dengan slogan “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*”. Sebagai perusahaan jasa, pelayanan (*service*) adalah salah satu ujung tombak untuk menarik nasabah. Sukses tidaknya sebuah perusahaan jasa tergantung dari keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah. Sebab jika nasabah merasa tidak puas kemungkinan akan beralih ke pesaing, hal ini tentu saja akan merugikan perusahaan.



Gambar

Gambar 1. 2 Jumlah Nasabah Aktif Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan

Sumber: Management Information System PT Pegadaian, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun (2019-2021) jumlah nasabah mengalami penurunan, dan terdapat kenaikan pada tahun 2021. Seperti yang telah dituturkan oleh Direktur Utama Pegadaian Kuswiyoto dalam keterangan resminya (2021), Pandemi Covid-19 cukup memberikan tantangan bagi kinerja bisnis Pegadaian. Hal tersebut tercermin dari perlambatan kinerja keuangan perusahaan awal tahun (2021). Kuswiyoto juga menambahkan, tidak hanya Pegadaian yang mengalami perlambatan kinerja perusahaan selama pandemi. Perlambatan juga dialami sebagian besar sektor bisnis baik usaha besar, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), usaha Ultra Mikro maupun masyarakat pada umumnya.

Pelayanan menjadi kunci utama dalam dunia jasa, maka dari itu sejak tanggal 28 Oktober 2020 Direktur Utama PT Pegadaian Bapak Kuswiyoto melakukan standarisasi outlet Pegadaian di seluruh Indonesia, perubahan tersebut dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan memberikan kenyamanan bagi nasabah saat bertransaksi di outlet Pegadaian. Standarisasi tersebut mengedepankan kemudahan akses, interaksi, desain dan fungsi ruang yang lebih nyaman serta fleksibel. Perubahan outlet juga dilakukan untuk meningkatkan *brand image* outlet Pegadaian menjadi lebih modern dalam menjaring segmentasi nasabah baru serta untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada saat bertransaksi di Pegadaian.

Kepuasan nasabah telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya yang dimiliki dalam upaya untuk mempertahankan kepuasan nasabah dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapannya (Kotler, 2010). Dalam upaya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Menurut Zeithaml dan M. J. Bitner (1996), ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang digunakan oleh nasabah dalam menilai kualitas pelayanan pada industri jasa, yaitu: (1) Bukti fisik (*tangibles*) adalah penampilan fisik, fasilitas, petugas, serta materi komunikasi yang disajikan pihak perusahaan untuk melayani para nasabah. (2) Keandalan (*reliability*) adalah sejauh mana penyedia jasa mampu

memberikan apa yang telah dijanjikan secara akurat, terpercaya dan dapat diandalkan kepada nasabah. (3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah menekankan kepada sikap diri penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, dan masalah nasabah. (4) Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan keramahan serta kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas dengan baik sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan dari nasabah. (5) Empati (*empathy*) adalah kesediaan para karyawan untuk peduli, serta bagaimana karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi guna menumbuhkan rasa keakraban yang positif.

Namun standar outlet yang lama yang terkesan tidak dinamis dengan keadaan saat ini menyebabkan nasabah tidak mendapatkan pengalaman yang maksimal dikarenakan peralatan dan perlengkapan seadanya yang disediakan oleh Pegadaian kepada nasabah (*tangible*), daya tanggap yang kurang terhadap keinginan nasabah dikarenakan terdapat beberapa karyawan baru sehingga *product knowledge* yang ada belum dikuasi secara menyeluruh (*responsiveness*), pelayanan yang diberikan kepada nasabah di Pegadaian masih relatif lama dimana pada *Standart Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan oleh Pegadaian, nasabah dijanjikan maksimal 15 menit, seringkali melebihi waktu yang dijanjikan kepada nasabah dikarenakan proses approval yang berjenjang hingga ke tingkat kantor wilayah dan hal ini membutuhkan waktu yang lama (*reliability*), Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan yang awalnya migrasi dari Pegadaian Konvensional sehingga akad yang ada tidak transparan antara Pegadaian dengan nasabah, selain itu terkait barang jaminan gadai masih belum ditanggung asuransi yang menyebabkan kekhawatiran nasabah ketika

ada kejadian yang tidak diinginkan (*assurance*), setiap hari terdapat banyak nasabah yang datang ke outlet dan hanya ditangani oleh beberapa karyawan saja sehingga ini menyebabkan nasabah tidak terlayani secara maksimal dikarenakan waktu yang dibutuhkan dibanding SDM yang ada masih kurang memadai (*empathy*).

Berdasarkan latar belakang diatas yakni sangat penting bagi setiap lembaga yang ingin memenangkan persaingan harus memberikan perhatian penuh dan pelayanan terbaik kepada para nasabah. Pegadaian melakukan standarisasi secara menyeluruh pada kualitas pelayanan terutama fasilitas yang menjadi ciri khas atau simbol Pegadaian sehingga akan menimbulkan kesan tersendiri kepada nasabah agar terjaga hubungan yang baik antara kedua belah pihak serta terciptanya kepuasan. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk meneliti kepuasan nasabah dalam bertransaksi dan menggunakan produk-produk Pegadaian dari segi kualitas pelayanan di kantor Pegadaian dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji **“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Dimensi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan?
2. Variabel manakah diantara Dimensi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis diantara dimensi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Bangkalan

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pertimbangan untuk diaplikasikan oleh perusahaan dalam mengukur kepuasan nasabah melalui dimensi Kualitas Pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan serta dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan masalah dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan secara umum mengacu pada pedoman penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Sistem penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang memberikan gambaran secara garis besar yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini, rumusan masalah yang memberikan pemecahan, tujuan penelitian yang dicapai berdasarkan rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

Bab II : Tinjauan pustaka. Bab ini berisi menguraikan tentang teori-teori sebagai dasar pembahasan skripsi yang meliputi : landasan teori, model analisis dan hipotesis serta penelitian sebelum nya.

Bab III : Metodologi Penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengumpulan data dan teknik analisa penulisan yang di gunakan untuk menjelaskan permasalahan yang ada.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V : Penutup. Bab ini merupakan simpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga sara-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.

