

**ANALISIS KEUNGGULAN PRODUK GADAI (KCA)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN
UNIT PATRANG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

VICKY ROESMANTO
NIM: E20161058

Dosen Pembimbing:

Isnadi, S.S, M.Pd
NIP. 197106102014111004

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
FEBRUARI 2021**

**ANALISIS KEUNGGULAN PRODUK GADAI (KCA)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN
UNIT PATRANG JEMBER**

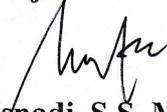
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

**VICKY ROESMANTO
NIM: E20161058**

Disetujui Pembimbing :


Isnadi, S.S, M.Pd
NIP. 197106102014111004

**ANALISIS KEUNGGULAN PRODUK GADAI (KCA)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN
UNIT PATRANG JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jum'at
Tanggal : 16 April 2021

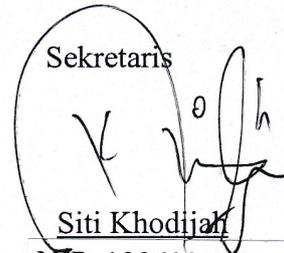
Tim Penguji

Ketua



Muhammad Saiful Anam, M. Ag
NIP. 197111142003121002

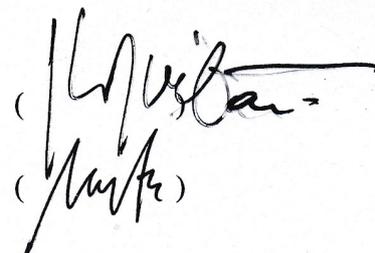
Sekretaris



Siti Khodijah
NIP. 198609192019032016

Anggota :

1. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
2. Isnadi, S.S., M.Pd.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ
أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

"Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor (berdosa) Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. Al-Baqarah: 283)



PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Bunda, terimakasih selama ini sudah memberikan dukungan berupa do'a restu, rela membanting tulang serta memeras keringat untuk membiayai pendidikan, serta selalu memberikan rasa ikhlas penuh kasih sayang dalam mendidik dan memberikan semangat motivasi yang tinggi.
2. Istri, terimakasih untuk selalu menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk do'a yang selalu di panjatkan, terimakasih karena telah menjadi istri yang luar biasa.
3. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah (2) 2016 teruskan semangatnya.
4. Teman-teman para pejuang toga khususnya Andrik Setiawan, dan Wardatul Hasanah. Terimakasih atas do'a, dukungan dan bantuan kalian.
5. Teman-teman kontrakan 9 naga yang selalu memberikan doa, semangat dan juga dukungan.
6. Teman-teman komunitas Bolo Sewu terimakasih dukungan dan bantuan kalian.
7. Teman-teman SD, SMP, dan MA terimakasih telah mendoakan, menemani belajar, dan memotivasi hingga sampai saat ini.

8. Serta Almamater yang saya banggakan Institut Agama Islam Negeri Jember dan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR



Sege nap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah Swt, karena atas rahmat karuniaNya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Terselesainya skripsi ini tentu adanya dorongan semangat dan do'a, serta rasa tanggung jawab dari sebuah tugas yang dipikul oleh penulis. Namun selesainya skripsi ini bukan berarti menjadi akhir dari sebuah pencarian ilmu pengetahuan, akan tetapi menjadi langkah awal dari sebuah proses kehidupan untuk menuju insan yang lebih baik. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Isnadi, S,S, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan motivasi dalam penulisan skripsi.
3. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember.
4. Bapak M.F Hidayatullah, M.S.I. selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberikan bimbingan selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu dosen IAIN Jember yang telah memberikan ilmunya dan memberikan semangat untuk bisa meraih cita-cita dan masa depan yang cerah.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Jember dan sege nap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literature dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.

7. Pihak PT. Pegadaian Unit Patrang Jember yang telah membantu pelaksanaan penelitian serta membantu dalam proses wawancara, terimakasih sudah sangat membantu.
8. Serta semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan baik moral maupun material, sehingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah.

Jember, 1 Februari 2021

Penulis

VICKY ROESMANTO

NIM. E20161058

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Vicky Roesmanto, Isnadi, S,S, M.Pd. 2020: *Analisis Keunggulan Produk Gadai KCA Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT Pegadaian Unit Patrang Jember)*

Produk KCA (Kredit Cepat Aman) adalah solusi cepat untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, berlian, sepeda motor, laptop, *handpone* dan barang elektronik lainnya.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini yaitu (1) Apa keunggulan produk gadai KCA di PT. pegadaian Unit Patrang Jember (2) bagaimana tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember (2) Untuk mengetahui tingkat loyalitas terhadap nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan metode analisis data deskriptif.

Adapun hasil dari penelitian ini (1) Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi nilai konsumen. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain. Keunggulan produk gadai KCA di Pegadaian kalau dilihat dari jangka waktu atau jatuh tempo ini sangatlah fleksibel jadi jangka waktu dari awal peminjaman hingga jatuh tempo diberikan waktu selama 4 bulan, semisal nasabah mempunyai rejeki dan mau melunasi selama 1 bulan itu boleh, dan semisal nasabah tidak bisa melunasi hingga jatuh tempo maka nasabah bisa memperpanjang waktu pelunasan berkali-kali hingga nasabah bisa melunasinya. Proses yang sangat mudah maksimal 15 menit untuk satu orang istilahnya mudah, cepat dan aman. Pinjaman diterima dalam bentuk tunai atau di transfer ke rekening nasabah.(2) Berdasarkan hasil analisis penelitian siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat loyalitas nasabah di Pegadaian Patrang sangat tinggi karena keakraban nasabah dengan perusahaan sangat erat sehingga nasabah tidak canggung dan merasa nyaman kepada perusahaan dan melakukan pembelian berulang, tidak terpengaruh produk jasa dari perusahaan lain dan merefrensikan produk gadai KCA kepada keluarga maupun orang lain.

Kata kunci: Keunggulan Produk Gadai, loyalitas nasabah.

ABSTRACT

Vicky Roesmanto, Isnadi, S, S, M.Pd. 2020: Analysis of the Advantages of KCA Pawn Products Against Customer Loyalty (Study at PT. Pegadaian Unit Patrang Jember).

KCA (Fast Secure Credit) products are a fast solution to getting loans easily, quickly and safely. Collateral is in the form of gold jewelry, gold bars, diamonds, motorbikes, laptops, cellphones and other electronic items.

The focus of the problems examined in this thesis are (1) What is the advantage of the KCA pawn product at PT. pegadaian Unit Patrang Jember (2) what is the level of customer loyalty at PT. Pawnshop Patrang Jember Unit.

The objectives of this study were (1) To determine the superiority of KCA pawn products at PT Pegadaian Patrang Unit Jember (2) To determine the level of loyalty to customers at PT. Pawnshop Patrang Jember Unit.

The approach taken in this research is qualitative research. This research belongs to the category of field research (field research) with a qualitative descriptive approach, with data collection including observation, interviews, and documentation. While the data analysis used descriptive data analysis method. The results of are this study (1) Product quality is one of the factors forming the perception of consumer value. In the view of consumers, the value of a product is the quality of the product enjoyed by consumers at the expense of a certain amount of money or other resources. The advantages of KCA pawning products at Pegadaian, when viewed from the time period or maturity, are very flexible so the time period from the beginning of the loan to maturity is given a period of 4 months, for example the customer has a fortune and wants to pay off for 1 month it is permissible, and if the customer cannot pay it off until maturity, the customer can extend the repayment time many times until the customer can pay it off. A very easy process, a maximum of 15 minutes for one person is easy, fast and safe. Loans are received in cash or transferred to the customer's account. (2) Based on the results of the research analysis, Anyone who is involved in business, either in the company or elsewhere, certainly has a responsibility for customer satisfaction. The level of customer loyalty at Pegadaian Patrang is very high because the customer familiarity with the company is very close so that customers are not awkward and feel comfortable with the company and make repeat purchases, are not affected by service products from other companies and refer KCA pawning products to family and other people.

Keywords: Pawn Product Excellence, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah	6
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	11
A. Penelitian Terdahulu.....	11
B. Kajian Teori.....	28
1. Gadai.....	28
2. Loyalias Nasabah.....	33
3. Nasabah	34

4. Keunggulan Produk.....	44
5. Kepuasan Nasabah.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian	48
C. Subjek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Teknik Analisis Data	52
F. Keabsahan Data	53
G. Tahap-tahap Penelitian	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	57
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	57
B. Penyajian Data dan Analisis.....	79
C. Pembahasan Temuan.....	86
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Jurnal Kegiatan Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Surat Izin Penelitian Skripsi dari IAIN Jember	
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian dari PT. Pegadaian Unit Patrang Jember	
6. Pernyataan Keaslian Tulisan	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Nasabah PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.....	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	25



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi sistem manajemen semakin meningkat. Dalam menentukan sistem manajemen yang baik dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan atau organisasi. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Sulit bagi perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Setiap perusahaan dalam bidang produk maupun jasa memiliki sistem pelayanan prima (*service excellence*) yang berbeda-beda.¹

Kepuasan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan, hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang

¹RW. Suparyanto dan Rosad, *Manajemen Pemasaran*,(Bogor: In Media, 2005),hal. 3.

diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa (Stefanus, 2008).²

PT. Pegadaian merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan dan asuransi.³ Pegadaian sebagai lembaga keuangan bukan Bank telah memiliki peranan yang amat besar bagi pembangunan di Indonesia. Perkembangan tersebut juga menunjukkan bahwa masyarakat telah menggunakan jasa-jasa Pegadaian secara luas dalam rangka memperlancar kebutuhannya. Seiring berubahnya status Badan Hukum Pegadaian dari Perusahaan Jawatan (PERJAN) Pegadaian menjadi PT. Pegadaian sejalan juga dengan pergantian tujuan dari Pegadaian itu sendiri seperti yang tercantum dalam anggaran dasar.

Perusahaan yang bergerak di bidang Gadai, dan jasa lainnya di bidang keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-Undangan terutama untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya Perseroan dengan menerapkan prinsip Perseroan Terbatas (PT). Peraturan Pemerintah No 51 tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian menjadi Perusahaan Perseroan

²Padma, P., Rajendran, C. dan Lokachari, P.S. 2010. Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction in Indian Hospitals. *Benchmarking: An International Journal*, 17(6): h; 807-841.

³ Zulkifli Rusby, Analisis Pemasaran pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Ahmad Yani Pekanbaru, *Al-Hikmah*, Vol 12 No.2, Oktober 2015, hal 102.

(Persero) (Lembaran Negara Republik Indonesia No. 131 Tahun 2011).⁴ Di Kabupaten Jember PT. Pegadaian memiliki banyak unit-unit yang ditempatkan di beberapa Kecamatan, yang salah satunya Pegadaian Unit Patrang Jember. Yang secara tingkat produktifitas keramaian lebih menonjol dari pada Pegadaian Kecamatan lainnya.

Pegadaian Unit Patrang Cabang Jember memiliki beberapa produk. Salah satu dari beberapa produk PT. Pegadaian (Persero) ialah Gadai, yang saat ini sangat diminati oleh masyarakat Patrang. Salah satu produk pada Pegadaian yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan pinjaman uang yang hanya dengan menyerahkan jaminan berbentuk barang. Adapun tujuan dari diluncurkan produk layanan Gadai ini adalah untuk memberi kemudahan kepada masyarakat yang ingin memiliki modal dengan cara menggadaikan barang yang dimilikinya seperti (logam mulia, elektronik, dan kendaraan bermotor).

Berdasarkan analisa yang saya dapatkan data internal PT. Pegadaian Unit Patrang dan analisa lapangan, PT. Pegadaian Unit Patrang setiap tahunnya memiliki perubahan atau peningkatan yang signifikan jumlah nasabah dan kualitas layanan.

⁴Peraturan Pemerintah No 51 tahun 2011 Tentang Perubahan Bentuk Badan Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan perseroan (Persero) (Lembaran Negara Republik Indonesia No. 131 Tahun 2011).

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Logam Mulia, Tabungan Emas dan
Gadai di Pegadaian Unit Patrang Jember 2019-2020.

Produk Tahun	Juni 2019	Juni 2020
Logam Mulia	109	128
Tabungan Emas	256	592
Gadai	889	950

Terkait tabel diatas jumlah nasabah di masing-masing produk dari bulan Juni 2019 sampai bulan Juni 2020 ini mengalami peningkatan dimana produk logam mulia mendapatkan 128 nasabah dibulan Juni 2020, produk tabungan emas mendapatkan 592 nasabah, dan produk gadai mendapatkan 950 nasabah.

Dengan demikian penelitian ini akan mengambil judul mengenai keunggulan produk gadai oleh PT. Pegadaian yang mana seperti kita ketahui layanan keunggulan produk gadai ini merupakan layanan yang berbeda dengan yang dilakukan oleh Bank ataupun non Bank, produk yang ada di PT. Pegadaian ini mempunyai keunikan yang dimana produk jasa ini tanpa melaukan survey terlebih dahulu dan proses yang sangat cepat hanya membutuhkan 10 menit, berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul “ANALISIS KEUNGGULAN PRODUK GADAI KCA TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN UNIT PATRANG JEMBER”

B. Fokus Penelitian

Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan di cari jawabannya melalui penelitian. Fokus penelitian harus di susun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, oprasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.⁵

Fokus masalah dalam penelitan ini adalah:

1. Apa keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember?
2. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian mempunyai tujuan yang mendasari perlunya penelitian tersebut dilakukan. Dari uraian latar belakang dan fokus masalah yang telah di kemukakan diatas, maka permasalahan yang di kaji dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas terhadap nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

⁵Tim penyusun IAIN Jember , *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember. IAIN Jember pres, 2016),37.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk memahami sejauh mana analisis nasabah terhadap produk gadai yang terdiri dari produk, promosi, dan tempat. Hasil penulisan tugas akhir ini akan menambah pengetahuan sebagai bekal agar dapat menerapkan ilmu yang diterima di bangku kuliah dengan praktik yang sesungguhnya.

2. Bagi PT. Pegadaian

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang diteliti. Khususnya mengenai analisis keunggulan produk gadai terhadap loyalitas nasabah yang berlaku pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember, serta menjadi pertimbangan bagi manajemen dalam melihat tanggapan konsumen PT. Pegadaian Unit Patrang Jember pengguna layanan jasa.

3. Bagi Institusi

Untuk dapat dijadikan tambahan referensi bagi mahasiswa dalam mengerjakan tugas akhir.

4. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini secara akademis diharapkan mampu memberikan pengembangan ilmu ekonomi temahasan tertentu.

E. Definisi Istilah

Judul penelitian ini adalah Analisis Keunggulan Produk Gadai terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember. Judul

ini memiliki beberapa istilah kata yang harus dirumuskan, didefinisikan dan dijelaskan agar tidak mengalami kekaburan makna sesuai dengan pandangan peneliti sendiri. Istilah-istilah tersebut adalah:

1. Nasabah

Orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan lembaga keuangan Bank dan non Bank (dalam hal keuangan). Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada Bank.⁶

2. Loyalitas

Menurut kamus ilmiah loyalitas adalah kelayakan, kesetiaan, ketaatan, ketulusan. Loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.⁷

3. Keunggulan produk

Keunggulan produk dipandang dari sisi fungsional maupun dari sisi harga dalam usahanya untuk pemenuhan harapan pelanggan didukung oleh atribut fisik yang melekat pada produk. Menurut Song dan Parry (1997), atribut yang mendukung keunggulan produk adalah dengan melakukan diferensiasi produk yang komponennya antara lain adalah produk tersebut harus inovatif dibandingkan produk yang sudah ada,

⁶Fendy Tjiptono, *Strategi pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 12.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 138.

produk tersebut harus mempunyai kualitas yang tinggi dan yang ketiga produk harus dapat menjembatani keinginan pelanggan dengan baik.

Jadi keunggulan produk yang dimaksud adalah nilai tambah dari produk sebelumnya ataupun memiliki tingkatan produk yang lebih berbeda, baik barang atau jasa yang di buat atau nilai lebih daripada produk yang lain. Perbedaan yang ada bukan perbedaan yang menunjukkan kekurangan, melainkan nilai lebih yang harus ada pada barang atau jasa yang dijadikan produk oleh perusahaan tersebut.

4. Produk Gadai

Mungkin selama ini masyarakat kita hanya mengenal usaha Pegadaian secara sepintas saja, yaitu sebagai tempat meminjam uang dengan cara menggadaikan barangnya. Padahal dalam praktiknya di samping usaha peminjaman uang Pegadaian juga mempunyai produk lain yaitu⁸:

- a. Gadai (KCA)
- b. Krasida
- c. Kreasi
- d. Amanah
- e. Mulia
- f. Tabungan Emas
- g. *Remittance*
- h. Multi Pembayaran Online (MPO)

⁸Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 270.

Dengan demikian maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang menjadi keunggulan produk gadai KCA dan bagaimana tingkat loyalitas nasabah yang ada di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan, merupakan dasar atau pijakan dalam penelitian yang meliputi: latar belakang, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan. Fungsi bab ini untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II Kajian Kepustakaan, Bab ini akan membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu analisis keunggulan produk gadai terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember

BAB III Metode Penelitian dan Jenis Penelitian, yang membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, merupakan laporan hasil penelitian lapangan yang pada hakikatnya merupakan data-data yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dianalisis sesuai dengan teknik yang ditetapkan dalam pembahasan skripsi ini.

Bab V Penutup atau Kesimpulan dan Saran, yang didalamnya mencakup kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang tentunya bersifat konstruktif. Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung di dalamnya pemenuhan kelengkapan data penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan dan beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut⁹.

1. Donyagusta,¹⁰ 2018, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Pontianak*”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen membeli mobil Toyota Avanza di Kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data terdiri dari kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen atau pelanggan yang membeli mobil Toyota Avanza di PT. Anzon Pontianak Tahun 2016. Sedangkan untuk 2016 teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dan ditetapkan jumlah sampel sebesar 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji simultan (Uji F) dan uji parsial (Uji T). Persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 0,953 + 0,311X_1 +$

⁹Tim Penyusun IAIN Jember, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 45.

¹⁰Donyagusta, yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Pontianak*” 2018

0,466 X2. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan konsumen membeli mobil Toyota Avanza di Kota Pontianak karena nilai 0,779. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebanyak 60,7% keputusan konsumen membeli dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, kemudian sisanya sebesar 39,3,2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian ini. Hasil uji simultan (uji F) dengan nilai F hitung 75,021 > F tabel 3,09 serta memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Toyota Avanza di Kota Pontianak yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) pada kualitas produk diperoleh t hitung sebesar 4,470 yaitu lebih besar dari t tabel 1,986 kemudian pada harga diperoleh t hitung sebesar 6,347 yaitu lebih besar dari t tabel 1,986, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli mobil Toyota Avanza di Kota Pontianak.

Persamaan dengan yang akan diteliti sama-sama membahas keunggulan produk, perbedaan dengan penelitian diatas metode yang di gunakan ini menggunakan kuantitatif sedangkan metode yang di gunakan untuk diteliti ini kualitatif dan membahas loyalitas nasabah.

2. Ahmad Riantoro,¹¹ 2016, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalias Nasabah Bank BRI Cabang Sukoharjo*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan mengambil data menggunakan metode kuesioner pada responden nasabah Bank BRI cabang Sukoharjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari empati dan bukti fisik secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sedangkan keandalan, jaminan dan daya tanggap tidak berpengaruh secara parsial. Kualitas pelayanan secara bersama-sama sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji F sebesar 10,676 dengan tingkat signifikansi 0,000. Kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas nasabah sebesar 54,8%. Dengan demikian sebaiknya pelaku bisnis memperhatikan kualitas pelayanan agar dapat menguasai pasar.

Persamaan penelitian diatas sama-sama membahas loyalitas nasabah, perbedaan dengan yang akan di teliti membahas keunggulan produk dan tempat yang akan diteliti non Bank.

¹¹Ahmad Riantoro, yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalias Nasabah Bank BRI Cabang Sukoharjo*” 2016

3. Citra Ayu Ratna P,¹² 2016, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyaltas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang*”

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia masih sangat minim dan belum banyak memiliki nasabah loyal. Hasil riset yang dilakukan oleh Towers Watson dalam *Talent Management and Rewards Survey 2012* menemukan bahwa perusahaan tidak memahami faktor-faktor yang menjadi pertimbangan karyawan untuk tetap tinggal dan tidak pindah ke perusahaan lain. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, kualitas pelayanan, keadilan, *religiusitas* dan pengetahuan produk terhadap loyalitas nasabah dan karyawan di Kota Semarang. Penelitian ini berdasarkan Teori *Al-Wala'*, Teori *Reasoned Action*, Teori Atribusi dan Teori *Stewardship*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan karyawan Bank Syariah di Kota Semarang. Populasi penelitian ini merupakan nasabah dan karyawan Bank Syariah di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, diperoleh sebanyak 132 responden yang terdiri 78 responden nasabah dan 54 responden karyawan. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) Path Modelling* dengan alat analisis *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian dengan responden nasabah menunjukkan

¹²Citra Ayu Ratna P, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyaltas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang*”, 2016

bahwa kepercayaan, komitmen, keadilan, *religiusitas* dan pengetahuan tentang produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Komunikasi, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian dengan responden karyawan menunjukkan bahwa kepercayaan, komitmen, kualitas pelayanan, dan *religiusitas* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Komunikasi, keadilan dan pengetahuan tentang produk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini belum menentukan jumlah sampel sehingga penelitian selanjutnya dapat menentukan jumlah sampel. Saran kepada pihak Bank dapat memaksimalkan komunikasi dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Persamaan dengan yang akan diteliti sama-sama membahas loyalitas nasabah dan metode yang digunakan metode kualitatif. Dan perbedaannya sendiri penelitian di atas meneliti faktor mempengaruhi loyalitas nasabah dan karyawan Bank, sedangkan yang saya akan teliti tentang keunggulan produk gadai.

4. Suryani,¹³ 2016, Mahasiswa STAIN Malik Saleh, dengan judul penelitian “*Analisis Persepsi Nasabah terhadap Produk Tabungan Muamalat dan Service Quality Bank Syariah (Survey pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Medan.*”.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap produk Tabungan Muamalat dan *service quality* PT. Bank Muamalat

¹³Suryani, yang berjudul “*Analisis Persepsi Nasabah terhadap Produk Tabungan Muamalat dan Service Quality Bank Syariah (Survey pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Medan.*”. STAIN Malik Saleh, 2016

Indonesia Tbk. Cabang Medan. Sampel penelitian adalah nasabah yang berkunjung ke Bank Muamalat Cabang Medan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* atau *convenience sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dijumpai ditempat survey selama 5 hari dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 50 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan teknik deskriptif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari hasil frekuensi jawaban secara keseluruhan, dari jumlah jawaban dari 13 item pertanyaan yang diberikan, ditemukan frekuensi jawaban sangat tidak setuju (0%), tidak setuju (0,77%), netral (11,1%), setuju (40,2%) dan sangat setuju (48%). Jawaban ini menunjukkan bahwa secara kuantitatif, besaran kesetujuan responden hampir mencapai 90% ($40,2\% + 48\% = 88,2\%$).

Persamaan dengan yang akan di teliti sama membahas kualitas pelayanan dan menggunakan teknik sampling, perbedaan dengan penelitian diatas fokus pada persepsi nasabah tabungan, sedangkan yang akan saya teliti fokus pada keunggulan produk dan loyalitas nasabah.

5. Santi,¹⁴ 2017, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, dengan judul penelitian "*pengaruh tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Makmur Sumberjati Silo Jember*".

¹⁴Santi, yang berjudul "*Pengaruh tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Makmur Sumberjati Silo Jember*" IAIN Jember, 2017

Masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah: 1) pengaruh tingkat bunga simpan pinjam. 2) pengaruh tingkat suku bunga simpan pinjam.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif. Sampel yang digunakan sebanyak 70 nasabah di Koperasi Artha Makmur Sumberjati Silo Jember. Penarikan sampel dengan menggunakan sampel secara acak (*random sampling*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah: menunjukkan bahwa tingkat suku bunga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat pengaruh yang kecil yaitu 22,4% dan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh tingkat suku bunga dan loyalitas nasabah dengan nilai signifikan yang dihasilkan ialah lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

Persamaan dengan penelitian di atas ini sama-sama membahas loyalitas nasabah, Perbedaan yang akan diteliti, metode yang di gunakan peneliti di atas menggunakan kuantitatif dan membahas tentang suku bunga, sedangkan yang saya akan teliti menggunakan metode *purposive* dan membahas tentang keunggulan produk gadai.

6. Sahrul Arwani,¹⁵ 2017. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri OUT Branch Kantor Pos Kota Malang)*", Universitas Muhammadiyah Malang.

¹⁵Sahrul Arwani, yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri OUT Branch Kantor Pos Kota Malang)*", Universitas Muhammadiyah Malang. 2017

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri yang merupakan satu-satunya Perbankan Syariah yang mempunyai produk Gadai Emas dan dalam penelitian ini yang digunakan sebagai objek penelitian yaitu *Outbranch* Kantor Pos Malang yang dimana tidak seperti *Inbranch* yang menjadi satu dengan Kantor Cabang di Bank itu sendiri. Penelitian ini merupakan studi dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuisioner dan dokumentasi. Adapun berbagai macam karakteristik nasabah dengan status sosial yang berbeda dengan jumlah responden 100 nasabah yang diteliti kepuasan mereka terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Gadai Emas Bank Syariah Mandiri *Outbranch* Kantor Pos Malang Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Gadai Emas Bank Syariah Mandiri *Outbranch* Kantor Pos Malang dan variabel yang dominan ialah variabel *empathy* karena karyawan mampu menjalin hubungan dengan berbagai macam karakteristik nasabah dengan baik.

Persamaan dengan penelitian di atas ini sama-sama membahas mengenai kepuasan nasabah, Perbedaanya dengan penelitian diatas meneliti pada lembaga Bank Syariah Mandiri, sedangkan lembaga yang akan saya teliti ini di lembaga non Bank.

7. Aldila Dessy Wahyustiyani,¹⁶ 2017. “*analisis pengaruh keunggulan produk dan harga kompetitif terhadap minat beli honda jazz di Kota Salatiga (studi kasus pada masyarakat di Kota Salatiga)*”

Perkembangan pengguna mobil di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat pada setiap tahunnya. Akan tetapi, besarnya pengguna mobil di Indonesia tidak sejalan dengan besarnya jumlah penjualan Honda Jazz atau meningkatnya volume penjualan dari Honda Jazz. Persaingan ketat telah membuat volume penjualan mobil merek Honda Jazz mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu. Penjualannya mengalami kemerosotan yang cukup tinggi pada tahun 2014 hingga 2015 silam. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel daya tarik desain produk, kualitas produk, dan harga kompetitif terhadap minat beli yang diharapkan nanti dapat meningkatkan persentase atau volume penjualan Honda Jazz. Variabel daya tarik desain produk, kualitas produk, dan harga kompetitif sebagai variabel independen, keunggulan produk sebagai variabel *intervening* dan minat beli sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Salatiga. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis *regresi*

¹⁶Aldila Dessy Wahyustiyani, yang berjudul “*Analisis Pengaruh Keunggulan Produk dan Harga Kompetitif Terhadap Minat Beli Honda Jazz di Kota Salatiga (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Salatiga)*”, Universitas Diponegoro Semarang. 2017

linear berganda melalui program *software SPSS (Statistical Package for SocialScience) forwindows* versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya, yakni minat beli. Variabel independen (Daya Tarik Desain Produk dan Kualitas Produk) memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan produk dan keunggulan produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Selain itu, harga kompetitif sebagai variabel independen juga mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap minat beli.

Persamaan dengan penelitian diatas ini sama-sama membahas tentang keunggulan produk, perbedaanya dengan penelitian diatas studi kasus yang berbeda sedangkan yang akan saya teliti ini keunggulan produk yang ada di PT. Pegadaian.

8. Alfi Annisatul Fauziah,¹⁷ 2017. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalias Nasabah Bank Syariah Dengan Cororate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Semarang)*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh *corporate image* sebagai pemoderasi kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah. Metode pemilihan sampel dengan mengambil dari sebagian populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan rumus Slovin dan memperoleh 100 responden sebagai

¹⁷Alfi Annisatul Fauziah, yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalias Nasabah Bank Syariah Dengan Cororate Image Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Semarang)*” 2017

sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang dibantu dengan SPSS versi 21. Hasil dari uji yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara individu. Secara simultan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. *Variabel corporate image* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. *Variabel corporate image* berhasil memperkuat variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah tetapi *corporate image* tidak memperkuat dalam memoderasi kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan dengan yang akan di teliti ini membahas kepuasan dan loyalitas nasabah, Perbedaan dengan penelitian diatas ini tidak membahas keunggulan produk, sedangkan yang akan saya teliti ini ialah keunggulan produk.

9. Miming Okta Nur Aini,¹⁸ 2018. *“pengaruh kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo”*

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh selain menerapkan pelayanan yang terbaik, BRI Syariah KCP Ponorogo selalu berupaya untuk memberikan produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan

¹⁸Miming Okta Nur Aini, yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo”*, IAIN Ponorogo. 2018

produk yang dimiliki Bank-Bank Syariah lainnya. Keunggulan produk diciptakan BRI Syariah KCP Ponorogo agar nasabahnya tetap setia memakai dan menikmati jasa yang diberikan BRI Syariah tersebut. Kualitas pelayanan dan keunggulan produk dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo? 2) Apakah ada pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo? 3) Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo?

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kuantitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa 1) Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo, hal ini dapat diketahui dari nilai $X1$ dengan Y adalah sebesar 0,858. Nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat antara $X1$ dengan Y . Maksudnya kuat, koefien regresi variabel kualitas pelayanan diketahui juga dari *Unstandardized Coefficients* yang bernilai positif 0,247 dan nilai signifikansi dari variabel kualitas

pelayanan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. 2) Tidak terdapat pengaruh antara Keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo, hal ini dapat diketahui dari nilai X^2 dengan Y adalah sebesar 0,773. Nilai ini menunjukkan hubungan yang lemah positif dilihat dari nilai *probability thitung* variabel keunggulan produk $0,06 > 0,05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H_{a2}) yang diajukan ditolak dan menerima H_0 . 3) Ada pengaruh kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dari analisis bahwa dengan taraf kesalahan 5% dengan R Square adalah 0,571 atau 57,1%. Hal ini berarti sebesar 57,1% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependent. Artinya, 57,1% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel kualitas pelayanan dan keunggulan produk.

Persamaan penelitian diatas ini sama-sama membahas tentang keunggulan produk dan kepuasan nasabah, perbedaan dengan penelitian diatas ini terletak pada loyalitas nasabah dan lembaga, sedangkan lembaga yang saya akan teliti ini non Bank.

10. Irfani Hadiyani,¹⁹ 2018 “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Jenang Jaket Asli Pertama Purwokerto)

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan konsumen. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan

¹⁹Irfani Hadiyani, yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Jenang Jaket Asli Pertama Purwokerto)” 2018

permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Hal ini juga dirasakan Jenang Jacket Asli Pertama Purwokerto sebagai salah satu pionir produksi penjualan oleh-oleh khas Banyumas sejak tahun 1979 senantiasa menerapkan budaya perusahaannya dalam memberikan kualitas produk yang diproduksinya yang menjadi keunggulan produk dan dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Kualitas produk yang dihasilkannya dari mempertahankan cita rasa yang khas sejak berdirinya Jenang Jacket Asli Pertama Purwokerto sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Model pengumpulan data yang digunakan yakni dengan metode kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi. Sampel yang diambil yakni sebanyak 100 orang sebagai sampel konsumen/pelanggan Jenang Jacket Asli Pertama Purwokerto pada bulan Mei 2017. Metode analisis data yang digunakan dengan metode korelasi Rank Spearman, Koefisien Konkordansi Kendall W, Analisis Regresi Ordinal. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian di Jenang Jacket Asli Pertama Purwokerto. Hal ini berdasarkan korelasi Rank Spearman variabel kualitas produk sebesar 0,415, variabel harga sebesar 0,447 artinya

menunjukkan korelasi yang sedang atau cukup dengan arah positif. Hasil korelasi Konkordansi Kendall W menunjukkan hasil sebesar 0,171 artinya menunjukkan kedua variabel independen ini lemah dengan arah positif. Pengujian analisis regresi ordinal yang secara umum dalam membandingkan kategori ke baseline yang tinggi bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $sign < 0,05$

Persamaan penelitian di atas sama membahas keunggulan produk, Perbedaan dengan yang saya akan teliti ini tidak membahas loyalitas nasabah, hanya membahas kepuasan nasabah, sedangkan yang akan diteliti fokus pada loyalitas nasabah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dony Agusta (2018)	Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza di kota Pontianak	Sama-sama membahas tentang keunggulan produk	Penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi
2	Ahmad Riantoro (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Cabang Sukoharjo	Membahas tentang loyalitas nasabah dan kualitas pelayanan	Penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi

3	Citra Ayu Ratna P. (2016)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyaltas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang	Membahas tentang loyalitas nasabah dan meggunakan metode kualitatif	Objek penelitian yang berbeda
4	Suryani (2016)	Analisis presepsi nasabah terhadap produk tabungan Muamalat dan <i>service quality</i> Bank Syariah (survey pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk cabang Medan).	Sama-sama membahas pelayanan terhadap nasabah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Dalam penelitian terdahulu menggunakan <i>marketing mix</i> yang 7p dan penelitian peneliti menggunakan <i>marketing mix</i> 4p. Dan objek penelitiannya di PT Bank Muamalat Tbk. Cabang Medan
5	Santi (2017)	Pengaruh tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di Koprasi Simpan Pinjam (KSP) Artha Makmur Sumberjati Silo Jember.	Membahas tentang loyalitas nasabah	Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif, dan jenis penelitiannya menggunakan deskriptif, teknik penngumpulan data menggunakan angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

	Sahrul Arwani (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri <i>out branch</i> kantor pos kota Malang.	Membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan produk tabungan emas
7	Aldila Dessy Wahyustiyani (2017)	Analisis pengaruh keunggulan produk dan harga kompetitif terhadap minat beli Honda jazz di kota Salatiga (studi kasus pada masyarakat di Kota Salatiga).	Sama-sama membahas tentang keunggulan produk	Perbedaan disini memakai strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah penjualan
8	Alfi Annisatul Fauzia (2017)	Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah dengan <i>cororate image</i> sebagai variable moderating studi kasus pada Bank BRI Syariah Cabang Semarang	Sama-sama membahas tentang loyalitas terhadap nasabah dan kualitas pelayanan	Penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi
9	Miming Okta Nur Aini (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo	Membahas tentang kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah	Penelitian ini metode kauntitatif pengumpulan data menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi

10	Irfani Hadiyani (2018)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan studi kasus jenang jaket asli pertama Purwokerto	Membahas tentang keunggulan produk dan kepuasan nasabah	Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif.
----	------------------------	---	---	--

B. Kajian Teori

Kajian teori menguraikan berbagai teori yang berkaitan dengan yang akan diteliti. Kajian teori ini dapat diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Tujuan dari adanya kajian teori ini adalah agar peneliti memahami definisi dan karakteristik yang akan diteliti. Dapat diuraikan kajian teori yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Gadai

a. Pengertian

Dalam kegiatan sehari-hari, uang selalu saja di butuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Dan yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin di beli tidak dapat di cukupi dengan uang yang dimilikinya kalau sudah demikian, maka mau tidak mau kita mengurangi untuk membeli berbagai keperluan yang di anggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus di penuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada.

Bagi mereka yang memiliki barang-barang berharga kesulitandana dapat segera dipenuhi dengan cara menjual barang berharga tersebut, sehingga sejumlah uang yang diinginkan dapat

terpenuhi. Namun, resikonya barang yang telah dijual akan hilang dan sulit untuk kembali. Kemudian jumlah uang yang diperoleh terkadang lebih besar dari yang diinginkan sehingga dapat mengakibatkan pemborosan.

Untuk mengatasi kesulitan di atas dimana kebutuhan dana dapat dipenuhi tanpa kehilangan barang-barang berharga, maka masyarakat dapat menjaminkan barang-barangnya ke lembaga tertentu. Barang yang dijaminkan tersebut pada waktu tertentu dapat ditebus kembali setelah masyarakat melunasi pinjamannya. Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dapat ditebus kembali setelah jangka waktu tertentu kita sebut dengan nama usaha *GADAI*.

Dengan usaha gadai masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang-barang berharganya dan jumlah uang yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang yang dijaminkan. Perusahaan yang menjalankan usaha gadai disebut perusahaan *Pegadaian* dan secara resmi satu-satunya usaha gadai di Indonesia hanya dilakukan oleh Perum Pegadaian.

Secara umum pengertian usaha gadai adalah *kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.*

Dan dari pengertian dia atas dapat disimpulkan bahwa usaha gadai memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Terdapat barang-barang berharga yang digadaikan
- b. Nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang digadaikan
- c. Barang yang digadaikan dapat ditebus kembali²⁰

b. Keunggulan usaha gadai

Tujuan utama usaha Pegadaian adalah untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ketengan para pelepas uang atau ijon atau rentenir yang Bungannya relatif tinggi. Perusahaan Pegadaian menyediakan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang berharga. Meminjam uang ke Perum Pegadaian bukan saja karena prosedurnya yang mudah dan cepat, tetapi karena biaya yang di bebankan lebih ringan jika dibandingkan dengan para pelepas uang atau tukang ijon. Hal ini dilakukan dengan salah satu tujuan dari Perum Pegadaian dalam pemberian pinjaman kepada masyarakat dengan motto ”*menyelesaikan masalah tanpa masalah*”

Namun, di perusahaan Pegadaian begitu mudah dilakukan, masyarakat cukup datang ke kantor Pegadaian terdekat dengan membawa jaminan barang tertentu, maka uang pinjamanpun dalam waktu singkat dapat terpenuhi. Jaminannya pun cukup sederhana sebagai contoh adalah jaminan dengan jam tangan saja sudah cukup

²⁰Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 261.

untuk memperoleh sejumlah uang dan hal ini hampir mustahil dapat diperoleh di lembaga keuangan lainnya.

Keunggulan lain di Pegadaian adalah pihak Pegadaian tidak memperlumahkan untuk apa uang tersebut digunakan dan hal ini tentu bertolak belakang dengan pihak perbankan yang harus dibuat serinci mungkin tentang penggunaan uangnya. Begitu pula dengan sanksi yang diberikan relatif ringan, apabila dapat melunasi dalam waktu tertentu. Sanksi yang paling berat adalah jaminan yang disimpan akan dilelang untuk menutupi kekurangan pinjaman yang telah diberikan.

Jadi keunggulan perusahaan Pegadaian jika dibandingkan dengan lembaga keuangan Bank atau lembaga keuangan lainnya adalah:

- 1) Waktu yang relatif singkat untuk memperoleh uang, yaitu pada hari itu juga, hal ini disebabkan prosedurnya yang tidak berbelit-belit.
- 2) Persyaratannya yang sangat sederhana sehingga memudahkan konsumen untuk memenuhinya.
- 3) Pihak Pegadaian tidak memperlumahkan uang tersebut untuk apa, jadi sesuai dengan kehendak nasabahnya.²¹

²¹Ibid, 265.

c. Prosedur pinjaman

Seperti diketahui bahwa menariknya peminjaman uang di pegadaian disebabkan prosedurnya yang mudah, cepat dan biaya yang dikenakan ringan relative ringan. Di samping itu, biasanya Perum Pegadaian tidak begitu mementingkan untuk apa uang tersebut digunakan yang penting setiap proses peminjaman uang di Pegadaian haruslah dengan jaminan barang-barang tertentu. Hal ini tentu sangat berlawanan dengan prosedur peminjam uang di lembaga keuangan lainnya seperti Bank.²²

d. Produk gadai

Sebagai tempat peminjaman uang dengan cara menggadaikan barangnya padahal dalam peraktiknya di samping usaha peminjaman uang Pegadaian juga mempunyai produk lain yaitu :

- 1) Gadai (KCA)
- 2) Krasida
- 3) Kreasi
- 4) Amanah
- 5) Mulia
- 6) Tabungan Emas
- 7) *Remittance*
- 8) Multi Pembayaran Online (MPO)

²²Ibid, 269.

2. Loyalitas Nasabah

a. Definisi loyalitas nasabah

Siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Sampai hari ini, kepuasan pelanggan masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari perusahaan, pemasok, produsen, atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan perusahaan atau penyedia jasa. Kepuasan pelanggan di atas sangat berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan atau penyedia jasa tersebut. Kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan atau penyedia jasa tersebut disebut LOYALITAS.

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang ataupun jasa tertentu. Definisi dari loyalitas menurut Griffin, antara lain sebagai berikut :

Loyalitas menurut Griffin menyatakan bahwa "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Loyalitas juga dapat didefinisikan sebagai suatu kecenderungan emosi terhadap suatu objek. Hal ini mengacu pada segi efektif (suka/tidak suka), kecenderungan emosi ini didapatkan oleh konsumen melalui pengalaman terdahulu terhadap suatu merek ataupun berasal dari informasi-informasi yang didapat dari orang lain. Kesimpulannya, loyalitas adalah suatu ikatan perasaan atau ketergantungan seseorang terhadap suatu objek yang mana didalamnya terdapat keinginan untuk menjaga, memiliki, dan setia pada objek tersebut.²³

b. Jenis loyalitas

Empat jenis loyalitas yang berbeda muncul bila keterikatan rendah dan tinggi diklasifikasi-silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi (lihat gambar 2.3)

Gambar 2.3 empat jenis loyalitas Pembelian Berulang

	Tinggi	Rendah
Tinggi	Loyalitas premium	Loyalitas tersembunyi
Rendah	Loyalitas yang rendah	Tanpa loyalitas

1) Tanpa loyalitas

Untuk berbagai alasan, beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu.

Secara umum, perusahaan harus menghindari membidik para pembeli atau pelanggan jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal, mereka hanya berkontribusi sedikit

²³Griffin, *customer loyaliti* (Jakarta:Erlangga, 2003)

pada kekuatan keuangan perusahaan. Tantangannya adalah menghindari membidik sebanyak mungkin orang-orang seperti ini dan lebih memilih pelanggan yang loyalitasnya dapat dikembangkan.

2) Loyalitas yang lemah

Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pembeli atau pelanggan seperti ini rentan beralih ke produk pesaing yang dapat menunjukkan manfaat yang jelas.

3) Loyalitas tersembunyi

Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*). Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.

4) Loyalitas premium

Loyalitas premium, jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan disetiap perusahaan. Pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan

senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.²⁴

c. Karakteristik dan tahapan-tahapan loyalitas pelanggan

Pelanggan mendemonstrasikan loyalitas mereka pada suatu perusahaan atau merek dengan membeli berulang kali, membeli produk tambahan perusahaan tersebut, mereka merekomendasikannya pada orang lain. Hal tersebut di perkuat dari Griffin yang menyatakan bahwa karakteristik pelanggan yang loyal antara lain:²⁵

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- 2) Membeli antar lini produk atau jasa.
- 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
- 4) Mereferensikan kepada orang lain.

Poses pembentukan loyalitas menurut Hill yang di terjemahkan oleh Ratih Hurriyati menjelaskan bahwa tingkat loyalitas tertinggi atas enam tahap yaitu *suspect*, *prospect*, *customer*, *clients*, *advocates* dan *partners*. Tahapan-tahapan tersebut akan dijelaskan seperti berikut:²⁶

1) *Suspect*

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan.

²⁴Ibid, 23.

²⁵ Ibid.hlm 137-138

²⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran*. Hlm. 132.

2) *Prospect*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian, tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).

3) *Customer*

Pada tahap ini, pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

4) *Clients*

Meliputi semua pelanggan yang sudah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat *retention*.

5) *Advocates*

Pada tahap ini, clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut.

6) *Partners*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pelanggan berani menolak produk/jasa dari perusahaan lain.

d. Mengubah pelanggan menjadi pelanggan yang loyal

Memperhatikan kebutuhan pelanggan melalui penelitian yang teratur merupakan langkah penting dalam mendorong pelanggan ke dalam zona loyalitas yang lebih dalam. Tetapi ada lebih banyak hal yang perlu dilakukan. Berikut adalah pertimbangan tambahan untuk mengubah pelanggan anda ke tingkat loyalitas yang lebih tinggi :

e. Lindungi pelanggan terbaik anda dari serangan pesaing

Sebagaimana anda ketahui, pelanggan terbaik anda adalah prospek terbaik pesaing anda. Itu berarti anda harus dengan cermat melindungi hubungan pelanggan anda pada semua tahapan dalam profit generator, tetapi khususnya mereka yang anda naikkan ke status pelanggan berulang. Ingatlah, semakin maju pelanggan anda dalam sistem profit generator semakin banyak laba yang diberikan kepada anda. Akan sayang sekali bila kehilangan mereka.

f. Pekerjakan dan latih untuk menghasilkan loyalitas

Untuk membuat setiap rencana loyalitas bisa terlaksana dengan baik, Manager terlebih dahulu harus sadar bahwa para pegawai, orang-orang *front line* adalah mereka yang berhubungan langsung dengan para pelanggan. Para pegawai mencerminkan keunggulan atau kelemahan produk atau jasa perusahaan dan dapat memenangkan loyalitas terhadap perusahaan atau justru menjauhkan pelanggan.

Menejemen harus menghadapi kenyataan bahwa ia tidak menghadapi pelanggan secara langsung. Tetapi, pegawailah yang

berbicara kepada pelanggan. Banyak perusahaan tidak memiliki program yang efektif untuk mempekerjakan dan melatih pegawai. Beberapa perusahaan memelopori program-program pelatihan yang sangat kuat yang memperkuat budaya loyalitas pelanggan mereka. Kerja tim dan pemberdayaan pegawai merupakan perhatian bagi setiap perusahaan yang membangun budaya yang berfokus pada loyalitas.

Perusahaan-perusahaan yang mengembangkan loyalitas pelanggan yang kuat setidaknya-tidaknya memiliki 3 sifat yang umum :

- 1) Manajemen dengan jelas mengerti apa yang membangun loyalitas bagi perusahaan itu dan melatih para anggota pegawainya untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan.
 - 2) Perilaku yang diharapkan dari pegawai tertulis di dalam petunjuk yang jelas, secara eksplisit, dan mudah dimengerti.
 - 3) Perusahaan mempunyai credo tertulis yang senantiasa digembarkan kepada para anggota pegawai pada pertemuan pegawai, pada memo dan pada *display* yang menarik perhatian.
- d. Beri motivasi pegawai anda untuk menghasilkan loyalitas

Sulit untuk membuat para pegawai bersemangat jika hanya untuk menghasilkan laba bagi orang lain. Kuncinya adalah mendorong pegawai agar menjadi bagian dari proses pembangunan. Mereka akan lebih kooperatif bila mereka melihat beberapa ide mereka di jalankan. Bila anda benar-benar ingin membangun *loyalitas* pelanggan, mintalah pegawai anda untuk bertanggung jawab berilah mereka otonomi,

pelatihan, informasi, dukungan, dan imbalan yang mereka butuhkan untuk melakukan apa yang memang akan mereka lakukan secara alamiah. Perusahaan yang gagal menyadari pentingnya proses pengikatan *loyalitas* akan kalah di kemudian hari.

3. Nasabah

Dalam bukunya "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank" yang dikutip dari "Kamus Perbankan" menyatakan bahwa "Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada Bank."²⁷

Sedangkan menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008, Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.²⁸

Pertumbuhan nasabah berkaitan dengan minat nasabah, dan minat nasabah dipengaruhi oleh perilaku nasabah, atau dalam bahasa pemasaran

²⁷Selamat Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan." Medan Journal Ilmiah Methonomi, Vol. 1 No. 2, 2015, 11.

²⁸Undang-undang Republik Indonesia nomer 21 tahun 2008 tentang "perbankan syariah".

dikenal dengan istilah perilaku konsumen. Menurut Enggel perilaku konsumen merupakan kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan.²⁹

Perilaku konsumen atau *Costumer Behavior* adalah tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam maupun dari luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga ia memutuskan untuk membeli produk tertentu. Perilaku konsumen terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli, dan menggunakan produk-produk serta jasa-jasa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka. Menurut Kotler dan Killer perilaku pembelian konsumen di pengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologi.³⁰

a. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu:

²⁹Roni Andespa, meningkatkan pertumbuhan nasabah bank syariah; mendukung pembiayaan promosi, pendidikan dan pelatihan, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, vol 01, no. 02 tahun 2016, 174.

³⁰Budi Gautama Siregar, Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol.02, No.2, Desember 2016, 21.

1) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak kearah tujuan yang ingin dicapai. Terkait dengan konsumen, motivasi dapat diartikan sebagai pendorong yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah tujuan yang ingin dicapai, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

Namun demikian, motivasi seseorang untuk melakukan atau membeli sesuatu yang sesungguhnya memang sulit diketahui secara pasti karena motivasi merupakan hal yang ada pada diri seseorang dan tidak tampak dari luar. Motivasi akan terlihat atau tampak melalui perilaku seseorang yang dapat dilihat atau diamati.³¹

2) Persepsi

Seseorang yang termotivasi adalah siap untuk bertindak. Bagaimana seseorang benar-benar bertindak, dipengaruhi oleh persepsi dia mengenai situasi tertentu.³² Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti dari dunia. Orang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama.

³¹Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: cv andi offset, 2013), 157.

³² Roni Andespa, meningkatkan pertumbuhan nasabah bank syariah; mendukung pembiayaan promosi, pendidikan dan pelatihan, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol 01, No. 02 tahun 2016, 174.

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi yaitu bahwa persepsi secara substansi bisa sangat berbeda dengan realitas.

3) Pengetahuan

Pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman masa lalu.³³

4) Sikap

Menurut Allport sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka.³⁴ Sedangkan menurut Soetarno, sikap merupakan pandangan maupun perasaan yang mana disertai dengan kecenderungan untuk bisa bertindak pada objek tertentu. Sikap senantiasa diarahkan pada benda, orang, pandangan, peristiwa, norma, lembaga, dan lainnya.

Menurut Allport sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka. Sedangkan menurut Soetarno, sikap merupakan pandangan maupun perasaan yang mana disertai dengan kecenderungan untuk

³³*Ibit.*, 174.

³⁴Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen; Implikasi pada strategi pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 161.

bisa bertindak pada objek tertentu. Sikap senantiasa diarahkan pada benda, orang, pandangan, peristiwa, norma, lembaga, dan lainnya.³⁵

4. Keunggulan produk

a. Pengertian Keunggulan Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi nilai konsumen. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain. Sedangkan produk sendiri adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.³⁶

Adapun kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualbelikan sesuai harapan dari pelanggan. Pelanggan senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.³⁷

³⁵*Ibid.*, 162.

³⁶Wahyu Tri Yuliasuti S.A, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mudharabah Di Bmt Surya Mandiri Mlarak Ponorogo," Skripsi (Ponorogo: Stain Ponorogo, 2013), 16.

³⁷Teuku Edyansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Aceh: Universitas Malikussaleh, 2014), 187.

b. Dimensi Kualitas Produk

Terdapat 6 dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, yaitu:

- e. *Performance* (kinerja) adalah dimensi yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tak terpenuhi.
- f. *Reliability* (keandalan) adalah dimensi *performance* dan *reability* sepiintas terlihat mirip tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reability* lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya.
- g. *Feature* (fitur) adalah dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Seperti contoh produk elektronik, fitur-fitur yang ditawarkan dapat dilihat pada menu remot kontrol. Karena perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para produsen untuk berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan.
- h. *Durability* (daya tahan) adalah suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah banyak digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama awet secara teknis dan yang kedua awet secara waktu.
- i. *Conformance* (kesesuaian) adalah dimensi ini menunjukkan seberapa jauh sesuatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu.

Produk yang mempunyai *conformance* yang tinggi, berarti produknya sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

- j. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah dimensi ini menunjukkan kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penanganannya, ada *marketing officer*, *customer officer* yang cekatan, segera menjawab telepon dan sebagainya.³⁸

5. Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006:177). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

Jadi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi atau perbedaan dari kinerja yang di rasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan maka konsumen akan kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

³⁸Wahyu Tri Yuliasuti S.A, *Pengaruh Kualitas Produk*, 16-18.

BAB III

METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian diartikan secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁹ Dalam melakukan penelitian tentang Analisis Keunggulan Produk Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dan metode penelitian yang meliputi :

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah.⁴⁰ Dalam pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan cara menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif peneliti ingin langsung mengetahui dari perilaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya.⁴¹ Dengan memberikan penjabaran dan mendeskripsikan langsung bagaimana Analisis Keunggulan Produk Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 2.

⁴⁰ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 74.

⁴¹ Juliansyah Noor, *Meode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hal. 35

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yakni jenis penelitian yang mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi di sekitar objek penelitian, dengan maksud untuk mencari jalan penentuan penelitian lebih lanjut ataupun sekedar mencari tahu peristiwa yang terjadi sesungguhnya.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian diperlukan dalam penelitian untuk membatasi wilayah penelitian. Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dan kegiatan penelitian memperoleh data-data yang diperlukan dan menjawab pertanyaan yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember. Tepatnya pada Pegadaian UPC Patrang Jember yang beralamatkan JL. Slamet Riyadi, No. 37, Krajan, Patrang, Kec. Patrang, Kab. Jember, Jawa Timur 68111.

C. Subjek Penelitian

Dalam pedoman karya tulis ilmiah subjek penelitian yang dimaksudkan yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya terjamin.⁴³ Teknik pengambilan sumber data menggunakan *purposive*. Sedangkan sumber manusia yang sekaligus menjadi informan adalah :

1. Bapak Firman selaku Pengelola unit Pegadaian UPC Patrang Jember

⁴² S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Bandung : Jemmars, 1982), 12-14.

⁴³ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah ...*, 47.

Pengelola unit Pegadaian memiliki informasi dan data untuk menggali informasi atau wawancara lebih jelas dari perusahaan tersebut.

2. Bapak Slamet Santoso selaku Karyawan (Kasir) Pegadaian UPC Patrang Jember

Karyawan memiliki informasi lebih banyak mengetahui data keuangan Pegadaian maupun data nasabah.

3. Nasabah Pegadaian UPC Patrang Jember
 - a. Bapak Amir selaku nasabah yang telah menggunakan jasa gadai KCA dan Kreasi selama 3 tahun
 - b. Mbak Haima selaku nasabah yang telah menggunakan jasa gadai KCA selama 1,5 tahun

Nasabah memiliki informasi tentang untung dan rugi serta kenyamanan saat menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai macam data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala

dalam objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan observasi terang-terangan atau tersamar. Observasi disini untuk mendapatkan data-data tentang keunggulan Produk Gadai terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian Unit Patrang Jember. Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak harus terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan di ijinan untuk melakukan observasi.⁴⁴ Adapun yang menjadi objek observasi peneliti adalah:

- a. Keunggulan Produk Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.
- b. Langkah-langkah peningkatan faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif

⁴⁴Ibid., 228.

sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dari informan.⁴⁵

Beberapa informan akan berpartisipasi dalam penelitian ini antara lain :

- a. Pimpinan Pegadaian Unit Patrang Jember
- b. Karyawan Operasional Pegadaian Unit Patrang Jember
- c. Nasabah Pegadaian Unit Patrang Jember

Data yang akan digali dari teknik wawancara adalah Analisis Keunggulan Produk Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi, teknik dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴⁶

Adapun data yang ingin diperoleh dari hasil penelitian melalui bahan dokumenter ini adalah :

- a. Sejarah berdirinya Pegadaian Unit Patrang Jember
- b. Visi dan Misi Pegadaian Unit Patrang Jember
- c. Struktur karyawan Pegadaian Unit Patrang Jember

⁴⁵Ibid., 72.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, 240.

- d. Dokumen lain yang relevan diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada tahap ini seluruh data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder kemudian dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, artinya suatu metode yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis dengan argument logika yang digambarkan dengan kata atau kalimat.⁴⁷

Miles dan Humberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Analisis menurut Miles dan Huberman, dibagi dalam tiga tahapan yaitu sebagai berikut :

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Ke Praktek*, (Jakarta : RinekaCipta, 2014), 202.

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Penyajian data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁴⁸

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep yang menunjukkan kesahihan dan keadaan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, penelitian menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data. Teknik triangulasi yang digunakan yang digunakan dalam penelitian membandingkan atau mengecek baik informasi yang telah diperoleh dengan

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, 247.

sumber lainnya.⁴⁹ Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis sebagai teknik pemeriksaan data adalah menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari beberapa sumber.

Adapun langkah dalam triangulasi sumber yaitu :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵⁰

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.⁵¹

⁴⁹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1990), 330.

⁵⁰ *Ibid.*, 330.

⁵¹ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah...*, 48.

1. Tahap pra penelitian

Dalam hal ini sebelum turun langsung ke lapangan peneliti mempersiapkan proposal penelitian sebagai rancangan awal nantinya ketika dilapangan. Dalam tahapan penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui peneliti sendiri, adapun enam tahapan penelitian tersebut ialah :

a. Penyusunan rancangan penelitian

Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik, penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan dilanjutkan penyusunan proposal penelitian hingga dipresentasikan.

b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian seseorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih peneliti tepatnya pada Pegadaian Unit Patrang Jember, yang beralamat Jl. Slamet Riyadi No.37, Krajan, Patrang, Kec. Patrang, Kab. Jember, Jawa Timur 68111.

c. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu yakni meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus. Setelah meminta surat perizinan, peneliti menyerahkan kepada pimpinan kepada Pegadaian Unit Patrang Jember untuk mengetahui apakah diizinkan mengadakan penelitian atau tidak.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diizinkan meneliti, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menggali data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi. Informan yang dipilih dalam hal ini ialah Manajer Pegadaian Unit Patrang Jember.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai mulai dari rancangan penelitian hingga memilih informan maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi, namun disamping itu peneliti sudah mempersiapkan diri, fisik maupun mental.

3. Tahap analisa data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses penelitian. Pada tahap ini pula peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero)

Sejarah Pegadaian di Indonesia sudah lama terjadi bahkan sebelum Belanda datang ke Indonesia. Masyarakat di Indonesia ratusan tahun yang lalu sudah melakukan transaksi hutang dengan jaminan barang tidak bergerak berupa tanah atau melaksanakan gadai tanah. Di beberapa daerah, melakukan gadai tanah sudah terbiasa dilakukan oleh masyarakatnya dengan berdasarkan hukum adat yang berlakudan sedikit berbeda dengan sejarah pegadaian yang disahkan oleh pemerintah.

Tujuan utama adanya pegadaian sebagai Lembaga Keuangan bukan Bank adalah upaya khusus untuk menumpas segala macam praktek pinjam-meminjam yang tidak diinginkan seperti ijon, rentenir atau pihak lain yang memberikan pinjaman tidak wajar dengan bunga yang sangat tinggi dan merugikan rakyat kecil.

Saat ini, sesuai perkembangan waktu, pegadaian dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat tidak hanya melalui kredit gadai saja, tetapi juga jasa keuangan lain, seperti kredit berbasis fidusia, pembiayaan investasi emas, dan jasa finansial lainnya. Selain itu, Pegadaian sudah bukan monopoli negara karena banyak perusahaan swasta yang memberikan layanan Gadai. Dengan demikian unsur subyektif pengadaian pinjaman oleh Pegadaian jelas menggambarkan sifat

kredit bisnis Pegadaian yang menciptakan perbedaan BUMN dengan swasta.

Lembaga Pegadaian Pertama di Indonesia, pada tahun 1901, berdasarkan keputusan pemerintah Hindia Belanda no 131 tanggal 12 Maret 1901 mendirikan rumah Gadai Pemerintah di Sukabumi Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901 dengan nama Jawatan Pegadaian. Selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian. Hal itu sebagaimana diatur dalam *staatsblad* tahun 1901 No. 131. Isi dari KUHP-nya ketika itu adalah:

“Sejak saat itu di bagian Sukabumi kepada siapapun tidak diperkenankan untuk dengan member gadai atau dalam bentuk jual-beli dengan hak membeli kembali, meminjamkan uang tidak melebihi 100 (seratus) golden. Dengan hukuman tergantung kepada kebangsaan para pelanggar yang diancam dalam Pasal 337 KUHP bagi orang-orang Eropa dan Pasal 339 KUI IP bagi orang Pribumi.”

Selanjutnya, dengan *Staatsblad* 1930 No. 266 Rumah Gadai tersebut mendapat status Dinas Pegadaian sebagai Perusahaan Negara dalam arti Undang-Undang perusahaan Hindia Belanda (Lembaran Negara Hindia Belanda 1927 No. 419). Pada masa pemerintahan Republik Indonesia, Dinas Pegadaian merupakan kelanjutan dari pemerintah Hindia Belanda, status Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian berdasarkan Undang-undang No. Prp. 1960 jo. Peraturan Pemerintah RI No. 178 Tahun 1961 tentang pendirian perusahaan Pegadaian (PN) Pegadaian. Kemudian status badan hukum PN Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 7 Tahun 1969 tanggal 11 Maret 1969 tentang

Perubahan Kedudukan PN Pegadaian menjadi Jawatan Pegadaian jo. UU No. 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969 dan penjelasannya mengenai bentuk-bentuk usaha negara dalam Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero). Selanjutnya, untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitasnya, Perjan Pegadaian dialihkan menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990. Dengan perubahan status tersebut, Pegadaian diharapkan akan lebih mampu mengelola usahanya dengan lebih profesional, *business oriented* tanpa meninggalkan ciri khusus dan misinya yaitu penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan pasar sasaran masyarakat golongan ekonomi lemah dan dengan cara yang mudah, cepat, aman, dan hemat, sesuai dengan motonya “*mengatasi masalah tanpa masalah*”.

Perum Pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang menurut hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok Perum Pegadaian ini adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat, ijon, atau pelepas uang lainnya.

Setelah berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum), pimpinan puncak pun diubah secara total diganti dengan generasi muda yang berkualitas tinggi dan kenyataannya usaha Perum Pegadaian terus

meningkat. Kini sedang dijajagi perubahan status hukumnya menjadi “Persero” atau PT. milik Negara. Sarana kerja baik berupa gedung kantor pusat, kantor daerah maupun kantor cabang berikut alat-alat kerja kantor telah diremajakan disesuaikan dengan perkembangan masa kini.

Pelayanan jasa kredit telah dikembangkan sehingga lebih memuaskan para pelanggan dan mobil pun sudah dapat diterima sebagai agunan. Disamping kredit Gadai, kini telah dikembangkan usaha tambahan berupa jasa taksiran, jasa titipan, dan terakhir membuka Toko Emas Galeri 24. Galeri 24 merupakan toko emas Pegadaian yang dibuka bersebelahan dengan kantor cabang Pegadaian di kota-kota besar, hal ini dimaksudkan agar masyarakat pengguna jasa Pegadaian tertarik dan lebih mudah untuk membeli barang-barang perhiasan emas di toko emas Pegadaian.

2. Letak Geografis Pegadaian Unit Patrang Jember

PT. Pegadaian Unit Patrang Jember

Alamat lokasi : Jl. Slamet Riyadi No. 37.

Kecamatan : Patrang

Kabupaten : Jember

Provinsi : Jawa Timur

Kode Pos : 68111

PT. Pegadaian Unit Patrang berada tepat di sebelah barat kantor Polsek Patrang, di sebelah utara pasar tradisional, di sebelah timur perumahan atau perkampungan, dan di sebelah selatan rumah makan C’best.

3. Motto, Visi dan Misi Pegadaian Unit Patrang Jember

a. Motto

Motto merupakan ungkapan dari visi dan misinya. Sebagai semboyan, harus menjadi ungkapan pendek dan padat yang dapat menjaga pedoman, pegangan dan semangat dari suatu usaha. Motto Perum Pegadaian yaitu “mengatasi masalah tanpa masalah”.

b. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis Gadai yang selalu menjadi *Market Leader* dan Mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

c. Misi

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

4. Tujuan dan Fungsi Pegadaian

a. Tujuan Usaha Pokok Dan Fungsi Pegadaian

- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
- 2) Mencegah praktek ijon, Pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

b. Fungsi Pegadaian

- 1) Mengelola keuangan
- 2) Mengelola penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara mudah, cepat dan aman
- 3) Menciptakan dan mengembagkan usaha-usaha lain yang menguntungkan
- 4) Mengelola organisasi, tata kerja dan tata laksana
- 5) Mengawasi pengelolaan perusahaan
- 6) Mengelola kepegawaian, pendidikan dan pelatihan
- 7) Melakukan penelitian dan pengembangan

5. Kegiatan Usaha Pegadaian

Pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam jasa keuangan non Bank dengan kegiatan utama menyalurkan pinjaman kepada masyarakat. Selain itu, Pegadaian juga dibuka dengan maksud untuk melayani dan membantu serta menolong para

nasabah yang sedang kesulitan dalam segi ekonomi yang lemah dengan sistem Gadai. Selain pembiayaan jenis usaha yang dilakukan oleh pegadaian sebagai berikut;

a. Rahn (Gadai)

Rahn merupakan produk pemberian pinjaman yang melayani skim pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dan bagi masyarakat dengan sistem gadai sesuai dengan jaminan berupa emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Dalam produk Rahn ini proses pencairan dana cepat, jangka waktu selama 4 bulan dan dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan. Jumlah pinjaman (marhun bih) mulai dari Rp. 50.000,- sampai Rp. 200.000.000,-.

Keunggulan:

- 1) Produktif, meningkatkan daya guna barang berharga dan asset anda pun produktif serta tetap menjadi milik anda.
- 2) Optimal, barang jaminan ditaksir secara cermat dan akurat oleh penaksir berpengalaman, asset anda pun tetap memiliki nilai ekonomis yang wajar karena nilai taksiran yang optimal.
- 3) Layanan Rahn tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- 4) Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet Pegadaian.
- 5) Proses pinjaman sangat cepat.

- 6) Pinjaman (Mahun Bih) mulai dari 50.000 sampai 200.000.000
- 7) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar ijarah saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.
- 8) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan ijarah selama masa pinjaman.
- 9) Tanpa perlu membuka rekening.
- 10) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.
- 11) Barang jaminan tersimpan aman di Pegadaian.

Persyaratan :

- 1) Fotocopy KTP, SIM, paspor atau identitas resmi lainnya.
- 2) Menyerahkan barang jaminan.
- 3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli.

Prosedur Penerimaan Pinjaman:

- 1) Nasabah mengisi formulir permintaan pinjaman.
- 2) Nasabah menyerahkan formulir permintaan pinjaman yang dilampiri dengan fotocopy identitas serta barang jaminan.
- 3) Petugas pegadaian menaksir (marhun) adalah sebesar 90% dari taksiran marhun.
- 4) Apabila disepakati besarnya pinjaman, nasabah menandatangani akad dan menerima uang pinjaman.

b. Amanah (murabbahah untuk kepemilikan kendaraan bermotor)

Amanah adalah produk Pegadaian Syariah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor. Produk ini merupakan sistem syariah dengan akad murabahah, yaitu pemberian pinjaman. Para pegawai tetap instansi atau perusahaan tertentu dapat memanfaatkan produk ini dengan cara memberikan besarnya penghasilan (gaji), pola perikatan jaminan sistem fidusia atas objek, surat kuasa pemotongan gaji amanah tersebut.

Keunggulan:

- 1) Layanan amanah tersedia di outlute di Pegadaian Syariah seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuan mudah dan cepat.
- 3) Uang muka terjangkau.
- 4) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan.
- 5) Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menentramkan.

Persyaratan:

- 1) Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
- 2) Fotocopy KTP (suami/istri).
- 3) Fotocopy Kartu Keluarga.
- 4) Fotocopy SK pengangkatan sebagai pegawai/karyawan tetap rekomendasi atasan langsung.

- 5) Slip gaji 2 bulan terakhir.
- 6) Mengisi dan menandatangani form aplikasi amanah.
- 7) Membayar uang muka yang disepakati (minimal 20%).
- 8) Menandatangani akad amanah.

c. Arum Haji

Arum haji adalah pemberian pinjaman guna pendaftaran haji dengan jaminan emas dan bukti setoran awal biaya pinjaman ibadah haji (SA BPIH). Bentuk pembiayaan dari Arum Haji ini merupakan pinjaman sebesar Rp. 25.000.000,- dalam bentuk tabungan haji. Untuk memiliki porsi haji, nasabah pada awalnya hanya cukup menyerahkan emas yang senilai Rp. 7.000.000,-/orang (harus menyerahkan emas, tidak boleh uang tunai). Perum Pegadaian memberikan produk ini sebagai pilihan alternatif untuk masyarakat yang sulit dalam melakukan pembiayaan untuk melaksanakan haji.

Keunggulan:

- 1) Uang pinjaman Rp25.000.000 dalam bentuk saldo tabungan haji.
- 2) Murah (biaya pemeliharaan barang jaminan) terjangkau.
- 3) Pinjaman diangsur bulanan sampai dengan 36 bulan.
- 4) Bekerja sama dengan BPS BPIH terkemuka.

Persyaratan:

- 1) Fotokopi KTP.
- 2) Menyerahkan jaminan berupa emas minimal Rp7.000.000
- 3) Menyerahkan jaminan berupa SA BPIH.

d. Logam Mulia

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai elastis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, *liquid*, dan aman secara nyata. Produk Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan berbagai kebutuhan nasabah. Pilihan emas pada produk mulia ini juga beragam, antara 5gr-1kg. Jangka waktu angsuran yang ditawarkan juga fleksibel, antara 3 bulan – 36 bulan.

Keunggulan:

- 1) Proses mudah dengan layanan profesional.
- 2) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 3) Sebagai aset, emas batangan sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.
- 4) Jembatan mewujudkan niat mulia untuk:
 - a) Menunaikan ibadah haji.
 - b) Mempersiapkan biaya pendidikan anak dimasa mendatang.
 - c) Memiliki tempat tinggal dan kendaraan.
- 5) Merupakan aset yang sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan dana yang mendesak, memenuhi kebutuhan modal

kerja untuk pengembangan usaha, atau menyetatkan arus keuangan bisnis anda dan lain-lain.

- 6) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulia dari 5 gram s/d 1 kg.
- 7) Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
- 8) Uang muka mulai dari 10% s/d 90% dari nilai logam mulia.
- 9) Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s/d 36 bulan.

Persyaratan:

- 1) Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke PT. Pegadaian (galeri 24) dengan membayar nilai logam mulia yang akan dibeli.
- 2) Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan.

e. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan jual beli emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Pembelian emas pada Pegadaian Syariah juga terjangkau mulai dari 0.01 gram.

Keunggulan:

- 1) Pegadaian tabungan emas tersedia di kantor cabang di seluruh Indonesia.

- 2) Pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram).
- 3) Layanan petugas yang professional.
- 4) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- 5) Mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana anda.
- 6) *Top up* saldo tabungan emas dapat dilakukan secara online melalui aplikasi Pegadaian digital.
- 7) Bisa beli mas walaupun dana terbatas.
- 8) Aman tersimpan.
- 9) Bersertifikat PT Antam.
- 10) Minimal menabung Rp. 7.000

Persyaratan:

- 1) Pendaftaran melampirkan identitas diri (KTP/SIM/Passpor) atau identitas lainnya yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir pembuatan buku rekening dan menyerahkan sejumlah uang untuk biaya administrasi dan buku tabungan.
- 3) Pembelian dapat dilakukan sejumlah kelipatan 0.01 gram. Harga pembelian adalah harga yang paling terbaru setiap harinya.
- 4) Saldo emas dapat diuangkan kepegadaian jika emas yang dimiliki minimal 1 gram.

Prosedur tabungan emas:

- 1) Membuka rekening tabungan emas di kantor cabang Pegadaian hanya dengan melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM/Paspor) yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp. 10.000,- dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000,-
- 3) Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas anda dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram.
- 4) Apabila menghendaki fisik emas batangan, anda dapat melakukan order cetak dengan pilihan keping (5gr, 10gr, 25gr, 50gr, dan 100gr) dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih.
- 5) Minimal saldo rekening adalah 0,1 gram.
- 6) Transaksi penjualan emas ke Pegadaian dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilayani di kantor cabang tempat pembukaan rekening dengan menunjukkan buku tabungan dan identitas diri yang asli

f. Jasa Taksir

Disamping memberikan pinjaman kepada masyarakat, Pegadaian Syariah juga memberikan pelayanan berupa jasa

penaksiran atas nilai suatu barang. Jasa yang di taksir biasanya meliputi semua barang bergerak dan barang tidak bergerak.

Layanan ini membantu masyarakat yang ingin mengetahui karatase dan kualitas harta perhiasan emas, berlian dan batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau. Layanan jasa taksiran ini memudahkan masyarakat mengetahui tentang karatase dan kualitas suatu barang berharga milinya, sehingga tidak mengalami kebingungan atas nilai pasti perhiasan yang dimilikinya. Biaya dikenakan 1% dari harga taksiran.

Keunggulan:

- 1) Layanan jasa taksiran tersedia di seluruh outlet Pegadaian diseluruh Indonesia.
- 2) Proses mudah.
- 3) Pelayanan profesional.
- 4) Hasil uji terpercaya, karena diuji dan ditaksir oleh juru taksir berpengalaman.
- 5) Layanan sertifikasi atas baarang berharga yang telah teruji.
- 6) Biaya terjangkau.

Persyaratan:

- 1) Nasabah membawa barang yang akan diujikan ke loket Pegadaian.
- 2) Mengisi formulir permohonan pengujian.

Obyek barang jasa taksiran:

- 1) Perhiasan emas dan lantakan.
- 2) Logam selain emas.
- 3) Intan (berlian dan paset)
- 4) Batu mulia lainnya.

g. Jasa Titipan

Jasa titipan adalah layanan yang ditawarkan kepada nasabah yang ingin menitipkan barang berharga yang dimilikinya seperti perhiasan emas, berlian, surat berharga, maupun kendaraan bermotor dengan biaya terjangkau. Dimaksudkan apabila masyarakat mendapatkan kesulitan dalam mengamankan barang berharga di rumah, ketika hendak bepergian jauh, menunaikan ibadah haji, berlibur, dan lain-lain.

Keunggulan:

- 1) Layanan jasa taksiran tersedia di outlet tertentu Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 2) Proses mudah.
- 3) Aman terpercaya.
- 4) Jangka waktu penitipan dua minggu sampai satu tahun dan dapat diperpanjang.
- 5) Biaya terjangkau.

Persyaratan:

- 1) Nasabah datang langsung dan membawa barang yang ingin dititipkan ke Pegadaian.
- 2) Mengisi formulir permohonan jasa titipan.

Obyek barang jasa penitipan:

- 1) Perhiasan emas dan permata.
- 2) Dokumen penting, seperti: sertifikat tanah atau bangunan, BPKB dan surat berharga lainnya (saham, deposito, obligasi, dan lain sebagainya).
- 3) Kendaraan bermotor (mobil dan motor).

h. Kreasi (Kredit Mikro Pegadaian)

Kreasi adalah kredit dengan angsuran bulanan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor.

Keunggulan

1. Prosedur pengajuan kredit mudah dengan jaminan BPKB.
2. Pinjaman mulai dari Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 200.000.000,-.
3. Proses pengajuan kredit cepat
4. Bunga murah dengan angsuran tetap per bulan.
5. Pinjaman berjangka waktu fleksibel dengan pilihan 12,18,24 dan 36 bulan.
6. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

7. Pelayanan kredit mikro di seluruh outlet Pegadaian di Indonesia

Persyaratan

- 1) Memiliki usaha UMKM.
- 2) Fotocopy KTP dan Kartu Keluarga.
- 3) Memiliki agunan kendaraan bermotor (BPKB asli, Fotocoy STNK dan faktur pembelian) atau bukti pemilik hak tempat berjualan (BPHTB).

i. Krasida (kredit gadai sistem angsuran)

Krasida adalah kredit angsuran bulanan untuk keperluan konsumtif dan produktif dengan jaminan emas yang menjadi solusi tepat mendapatkan fasilitas kredit dengan cara cepat, mudah dan murah.

Keunggulan

- 1) Pelayanan lebih dari 44800 outlet Pegadaian seluruh Indonesia.
- 2) Pinjaman mulai dari Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 250.000.000.000,- proses mudah dan cepat.
- 3) Pinjaman maksimal 95% dari nilai taksiran agunan.
- 4) Pinjaman dengan sewa modal relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.
- 5) Pinjaman berjangka waktu fleksibel dengan pilihan 6,12,24 dan 36 bulan.

- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

Persyaratan

- 1) Fotocopy KTP dan Kartu Keluarga.
- 2) Memiliki barang jaminan emas.

j. KCA (Kredit Cepat Amat)

KCA (Kredit Cepat Amat) adalah solusi cepat untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, berlian, sepeda motor, laptop, *handpone* dan barang elektronik lainnya.

Keunggulan

- 1) Pelayan KCA tersedia lebih dari 4400 outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 2) Proses pengajuan pinjaman cepat.
- 3) Pinjaman mulai dari Rp. 50.000,-,
- 4) Pinjaman dengan jangka waktu 4(empat) bulan & dapat diperpanjang berkali-kali.
- 5) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.
- 6) Perhitungan sewa modal selama masa pinjaman.
- 7) Pinjaman diterima dalam bentuk tunai dan di transfer ke rekening nasabah.

Persyaratan

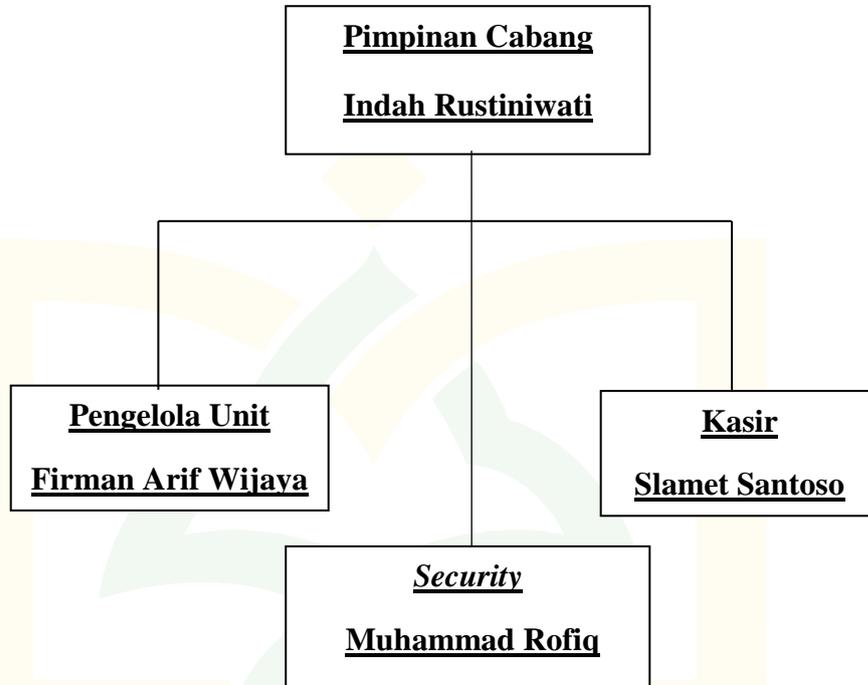
- 1) Fotocopy kartu identitas resmi yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport).
- 2) Menyerahkan barang jaminan
- 3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli
- 4) Nasabah menandatangani surat bukti kredit.

6. Struktur Organisasi

Dalam melaksanakan kegiatan perusahaan PT. Pegadaian Unit Patrang Jember memiliki struktur organisasi dalam menghadapi berbagai persoalan yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Tujuan dibentuknya struktur organisasi adalah untuk memajemen dan menjalankan operasional agar dapat berjalan secara tertib dan teratur, sehingga segala kegiatan dan program yang hendak dijalankan dapat berjalan dengan lancar.

Struktur organisasi perusahaan menggambarkan suatu hubungan antara fungsi dan posisi bagian-bagian yang ada dalam suatu perusahaan, struktur organisasi merinci pembagian tugas dan tanggung jawab, wewenang dan menunjukkan bagaimana fungsi dan kegiatan yang berbeda tersebut dikoordinasikan dan bekerja sama sehingga semua kegiatan dapat dilaksanakan dan berjalan dengan baik untuk memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Berikut ini struktur organisasi PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

**Struktur Organisasi
PT. Pegadaian Unit Patang Jember**



7. Job Description

Untuk memaksimalkan kinerja dan pengembangan Pegadaian Unit Patang Jember agar lebih dapat dinikmati oleh masyarakat atau nasabah, dan mengefisiensi waktu dan menerapkan slogan yaitu “cepat dan mudah”, maka diperlukan susunan personalian yang berkaitan erat dengan wewenang dan tugas dari masing-masing bagian. Agar mampu bekerja sama dengan baik untuk mencapai tujuan bersama.

a. Pimpinan Cabang

Tugas pokoknya adalah merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan kegiatan operasional. Dan juga

mengontrol administrasi, dan keuangan kantor. Sedangkan wewenangnya adalah:

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor dan unit berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
- 2) Mengevaluasi kegiatan perusahaan
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan kebutuhan.
- 4) Penggunaan sarana dan prasarana kantor cabang

b. Pengelola Unit

Pengelola unit merupakan ujung tombak bagi kemajuan Pegadaian Syariah, wewenangnya adalah:

- 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang-barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang.
- 2) Menentukan dan menetapkan nominal yang akan diberikan kepada nasabah atas barang tersebut.
- 3) Melaksanakan penaksiran barang jaminannya akan di lelang untuk mengetahui mutu dan nilai dalam menentukan harga dasar barang yang akan di lelang.
- 4) Merencanakan dan menyiapkan barang yang akan di simpan guna keamanan barang tersebut.

c. Kasir

Adapun wewenang kasir adalah :

- 1) Melaksanakan kegiatan administrasi keuangan.
- 2) Mengatur pelaksanaan pelunasan *marhun* dan pendapatan *ujrah*.

- 3) Menyusun laporan keuangan.
- 4) Melakukan pemeriksaan hitungan dan taksiran *marhun*.

d. Security

- 1) Mengawasi seluruh wilayah kantor mulai dari radius lokasi Pegadaian sampai dengan pintu masuk dan ruangan dalam Pegadaian.
- 2) Membuka pintu, menyambut dan memberi salam dengan ramah setiap nasabah yang akan masuk ke dalam Pegadaian.
- 3) Memeriksa bawaan nasabah jika mencurigakan atau sikap dan tindak-tanduk nasabah mencurigakan.
- 4) Menanyakan keperluan nasabah.
- 5) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan pertanyaan dan informasi.

B. Penyajian Data dan Analisis.

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan data yang dari PT. Pegadaian melalui beberapa teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan dalam metode penelitian. Sebagaimana yang telah disebutkan bahwasanya peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, yang kemudian disajikan dengan mengumpulkan data dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut. Berikut akan dipaparkan hasil penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti terkait keunggulan produk gadai terhadap loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kedalam tiga hal yang telah dirumuskan sebelumnya yaitu : (1) Apa keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrag Jember. (2) Bagaimana tingkat loyalitas di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember. Untuk memperjelas hasil penelitian ini, maka akan disajikan data-data yang diperoleh oleh hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi sebagai berikut :

1. Apa keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti terkait dengan Analisis keunggulan produk gadai terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan diperoleh data sebagai berikut :

Dari hasil wawancara dengan Bapak Firman yaitu selaku pengelola Unit PT. Pegadaian Unit Patrang Jember tentang Apa keunggulan produk gadai di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember, informan mengatakan :

“Mengenai keunggulan produk gadai di Pegadaian kalau dilihat dari jangka waktu atau jatuh tempo ini sangatlah fleksibel jadi jangka waktu dari awal peminjaman hingga jatuh tempo diberikan waktu selama 4 bulan, semisal nasabah mempunyai rezeki dan mau melunasi selama 1 bulan itu boleh, dan semisal nasabah tidak bisa melunasi hingga jatuh tempo maka nasabah bisa memperpanjang waktu pelunasan berkali-kali hingga nasabah bisa melunasinya. Pinjaman mulai dari 50.000. Proses yang sangat mudah maksimal 15 menit untuk satu orang istilahnya mudah, cepat dan aman. Pinjaman diterima dalam bentuk tunai atau di transfer ke rekening nasabah. Pelayanan KCA (Kredit cepat aman)

tersedia di lebih dari 4400 outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.”⁵²

Hal ini diperjelas dengan pernyataan Bapak Slamet sebagai kasir di Pegadaian Unit Patrang Jember yang mengatakan bahwa:

“Jadi gini mas, kan ini lembaga pemerintah jadi tidak butuh antri lama maksimal 15 menit berapapun nilainya sudah bisa dicairkan dan itupun aman, Layanan ini memberikan kemudahan terhadap masyarakat dengan hanya membawa KTP dan barang jaminan sudah langsung bisa diproses dan bisa langsung dicairkan hari itu juga mas, itupn bisa dalam bentuk cash ataupun ditransfer ke rekening nasabah. Dalam SBK 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 pelepasan barang. Sementara pada sisi sebaliknya, SBK mencantumkan informasi tentang ketentuan-ketentuan atau perjanjian kredit yang harus disetujui oleh nasabah, dan barang jaminanpun akan di asuransikan oleh pihak pegadaian jadi bisa di katakan sangat aman mas untuk penggunaan produk gadai ini.”⁵³

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan perusahaan Pegadaian untuk memberikan kemudahan dalam melakukan proses gadai. Serta melakukan upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai di Perusahaan Pegadaian. Saat ini kebanyakan masyarakat masih belum banyak yang mengetahui tentang keunggulan produk gadai sehingga menjadi PR penting kedepannya bagi Perusahaan Pegadaian untuk menginformasikan atau mensosialisasikan kepada masyarakat agar supaya masyarakat mengetahui tentang kelebihan-kelebihan di dalam produk gadai tersebut.

⁵² Firman Arif Wijaya, wawancara Jember, 15 Desember 2020

⁵³ Slamet Santoso, wawancara Jember, 16 Desember 2020

Produk gadai KCA di terapkan dengan tujuan untuk memfasilitasi masyarakat yang ingin menggunakan jasa pinjaman dengan hanya membawa barang jaminan dan KTP. Berbeda dengan kredit yang ada di perbankan, produk gadai ini terbuka untuk semua kalangan baik itu orang tua, pelajar dan semua lapisan masyarakat yang ingin menggunakan jasa tersebut.

Sesuai hasil wawancara dengan mbak Halimah selaku nasabah

Pengadaian Unit Patrang Jember:

“Jadi gini mas, produk gadai sangatlah membantu sehingga saya sendiri sudah merasakan sebagai nasabah yang salah satunya menggunakan jasa tersebut di Pegadaian Unit Patrang Jember. Karena persyaratannya yang sangat mudah dan prosesnya yang cepat, dengan hanya membawa barang jaminan dan kartu identitas maka akan langsung diproses mas. Selain itu sudah jelas bahwa jasa ini sangat membantu saya yang sering membutuhkan uang dengan cepat untuk menutupi keperluan yang saya alami pada saat ini. dengan taksiran yang sesuai harga yang berlaku.”⁵⁴

Lebih jauh Bapak Amir menjelaskan selaku nasabah Pengadaian

Unit Patrang Jember:

“Gadai sendiri mas, selain aman serta mudah diminati oleh golongan menengah ke bawah sehingga terbuka untuk semua kalangan baik itu orang tua maupun pelajar dan semua lapisan masyarakat. Jadi sangat bermanfaat dan membantu sekali bagi saya sendiri mas.”⁵⁵

Berdasarkan pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa produk gadai merupakan jasa yang sangat aman serta mudah diminati oleh golongan masyarakat menengah ke bawah terbuka untuk semua kalangan baik itu orang tua maupun pelajar dan semua lapisan masyarakat dengan

⁵⁴ Halimah, wawancara Jember, 16 Desember 2020

⁵⁵ Amir, wawancara Jember, 16 Desember 2020

hanya membawa KTP dan barang jaminan kita sudah bisa menggunakan jasa tersebut di Pegadaian. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk menggunakan jasa pinjaman. Disisi lain produk gadai merupakan layanan pinjaman dengan fasilitas asuransi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Jika kepuasan sudah timbul antara lembaga dan nasabah, maka usaha untuk membangun kerjasama akan lebih mudah sehingga akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak bagi nasabah keuntungan yang diperoleh ialah mendapatkan produk atau jasa yang tepat yaitu tercapainya kepuasan akan produk atau jasa perbankan dan mengurangi resiko ketidakpuasan terhadap produk yang ada di perusahaan.

Adapun prosedur gadai KCA (kredit mudah cepat dan aman) di PT. Pegadain Unit Patrang Jember;

- 1) Nasabah mengisi formulir permintaan pinjaman.
- 2) Nasabah menyerahkan formulir permintaan pinjaman yang dilampiri dengan fotocopy identitas serta barang jaminan.
- 3) Petugas pegadaian menaksir (marhun) adalah sebesar 90% dari taksiran marhun.
- 4) Apabila disepakati besarnya pinjaman, nasabah menandatangani akad dan menerima uang pinjaman.

2. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Firman yaitu selaku pengelola Unit PT. Pegadaian Unit Patrang Jember, Informan mengatakan :

“Jadi misalnya ini mas, kalau di Pegadaian bisa semua kalangan biar pun itu orang berpakaian celana pendek itu tidak apa-apa mas, agar mereka tidak terlalu kaku terhadap kita mas, dan dari pelayanan kita itu tidak kaku kepada nasabah jadi kita ada keterikatan sama nasabah mas, akhirnya nasabah itu nyaman dengan pelayanan kita mas, dan kita ada program-program dari pusat untuk nasabah yang loyal kita memberikan diskon bunga ataupun souvenir agar nasabah semakin loyal terhadap kita.”

“Di PT. Pegadaian ini bukan hanya nasabah yang diperhatikan mas, pegawai juga sangat di perhatikan karena pegawai sangat berpengaruh untuk menciptakan loyalitas terhadap nasabah. Jadi, saya selaku pimpinan di PT. Pegadaian Unit Patrang ini selalu memberi semangat terhadap pegawai di perusahaan ini. Saya juga melihat kinerja pegawai mas, karena tidak seterusnya pegawai semangat dalam bekerja ada juga yang merasa jenuh jadi saya harus sigap dalam menyikapi pegawai dengan terus *mensupport*.”

Hal ini diperjelas dengan pernyataan Bapak Slamet selaku kasir di Pegadaian Unit Patrang Jember yang mengatakan bahwa:

“Kalo tingkat loyalitas ini mas, hubungan kita sangat dekat sekali sama nasabah bisa dibilang seperti keluarga sendiri otomatis nasabah terhadap kita tidak canggung dan nyaman mas, dan dengan pelayanan yang sangat maksimal yang jelas harus ramah kepada nasabah, sehingga nasabah begitu masuk ke Pegadaian dengan pelayanan yang cepat dan ramah maka nasabah akan terasa nyaman, dengan cara strategi tidak menjual barang jaminan ketika sudah jatuh tempo akan tetapi memberi penjelasan atau arahan kepada nasabah agar tidak melelang barangnya dan

diarahkan untuk memperpanjangnya kembali maka disitu nasabah tetap menggunakan produk kita dan tumbuh suatu loyalitas antara nasabah dan kita mas”

Sesuai hasil wawancara dengan mbak Halimah selaku nasabah

Pengadaian Unit Patrang Jember, mbak Halimah mengatakan:

“Saya bisa menjadi nasabah yang loyal, pertama dari segi pelayanan mas, di Pegadaian Unit Patrang ini pelayanannya sangat baik sekali, karyawannya sangat ramah sampai saya beraggapan seperti keluarga sendiri mas. Selain karyawan yang ramah disini pelayanannya sangat cepat mas, dari pencairan uang, dan juga kalau saya ada keluhan dan pertanyaan karyawannya menjelaskan secara rinci dan jelas sampai saya benar-benar mengerti mas. Di PT. Pegadaian Unit Patrang ini juga tidak langsung menjual barang jaminan ketika sudah jatuh tempo pembayaran mas, melainkan diarahkan untuk memperpanjang kembali”

“Kalau dari segi tempat disini sangat bersih, dan fasilitasnya juga lengkap seperti tempat parkir yang di lengkapi *cctv*, ruang tunggu yang sudah menerapkan *social distancing*, tempat cuci tangan dan sabun cuci tangan untuk nasabah karena *social distancing* dan mencuci tangan dengan sabun harus dilakukan dimasa pandemi ini mas.”

“Saya bukan hanya menjadi nasabah mas, saya juga sering menyarankan keluarga, saudara, dan teman-teman untuk menjadi nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang seperti mempromosikan mas, dan saya juga menjelaskan kalau di PT. Pegadaian Unit Patrang ini pencairan uang sangat cepat tidak perlu menunggu lama, tidak perlu survei menyurve dan sekarang juga sudah ada aplikasi dari Unit Pegadaian Patrang sehingga untuk melakukan transaksi bisa melalui aplikasi tersebut, dan kalau tidak melalui aplikasi tersebut bisa datang langsung ke Pegadaian Unit Patrang, saya juga menjelaskan kalau memang mau ke PT. Pegadaian Unit Patrang tidak perlu berpakaian terlalu resmi seperti memakai celana dan sepatu.”⁵⁶

Berdasarkan pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa untuk menjadikan nasabah yang loyal hal yang paling utama adalah pelayanan, bagaimana membuat nasabah nyaman dengan pelayanan tersebut.

⁵⁶ Halimah, wawancara Jember, 16 Desember 2020

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas timbul dari perlakuan karyawan terhadap nasabah yaitu pelayanan. Pelayanan yang baik dengan karyawan yang ramah dan bisa membuat nasabah nyaman, sangat menarik perhatian nasabah untuk menjadi nasabah yang loyal. Sehingga memberi keuntungan untuk PT. Pegadaian Unit Patrang dan keuntungan untuk nasabah.

C. Pembahasan temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan dengan judul penelitian Analisis Keunggulan Produk Gadai KCA Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember. Perlu kiranya diadakan pembahasan temuan, yang mana hasil dari pada analisis data akan dikaji dengan teori yang ada untuk mengetahui keterkaitan keduanya guna menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

1. Apa keunggulan produk gadai di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Keunggulan produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjual belikan sesuai harapan dari pelanggan. Pelanggan senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Terdapat 6 dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, yaitu:

a. *Performance* (kinerja)

Dimensi yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tak terpenuhi.

Sistem yang sudah diterapkan di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember memberikan pelayanan yang baik serta memberikan arahan dan edukasi yang baik kepada nasabah. Berdasarkan tanggapan nasabah sudah diterapkan dengan sangat baik, terlihat dari jumlah nasabah yang terus meningkat disetiap tahunnya.

Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Logam Mulia, Tabungan Emas dan Gadai di Pegadaian Unit Patrang Jember 2019-2020

Produk Tahun	Juni 2019	Juni 2020
Logam Mulia	109	128
Tabungan Emas	256	592
Gadai	889	950

Sumber: Pegadaian

b. *Reliability* (keandalan)

Dimensi *performance* dan *reability* sepiintas terlihat mirip tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reability* lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya.

Di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember telah melaksanakan pelayanan yang dapat di andalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang di inginkan nasabah. Seperti, memberi pelayanan yang akurat dan konsisten kepada nasabah atau memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan pada saat promosi.

c. *Feature* (fitur)

Dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Seperti contoh produk elektronik, fitur-fitur yang ditawarkan dapat dilihat pada menu *remote control*. Karena perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para produsen untuk berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan.

Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, PT. Pegadaian Unit Patrang Jember berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan dengan cara membuat aplikasi terbaru yaitu PDS (Pegadaian Digital Service) aplikasi tersebut bisa *download* di aplikasi *Play Store* yang ada di *smartphone* anda. Cara menggunakan aplikasi PDS ini sangat mudah, pertama masukan *email* anda atau nomer telepon anda dan mengisi data-data yang tertera di aplikasi tersebut dengan benar untuk mengaktifkan PDS tersebut.

Aplikasi PDS mempunyai macam-macam fitur yaitu Gadai Online, Gadai Tabungan Emas, Pembayaran Gadai, Bayar Tagihan Bulanan (Listrik, Telepon, BPJS, PDAM, dan tagihan lainnya), Pembiayaan Emas Batangan, dan Pengajuan Pembiayaan Usaha.

Aplikasi PDS tersebut sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi sehingga nasabah tidak perlu pergi ke PT. Pegadaian.

d. *Durability* (daya tahan)

Suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah banyak digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama awet secara teknis dan yang kedua awet secara waktu.

Produk jasa gadai KCA yang ada di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember ini secara teknis awet dan bertahan lama sampai saat ini, karena produk jasa tersebut ini produk awal yang dimiliki Pegadaian dan sampai saat ini masih digunakan dan meningkat di setiap tahunnya. PT. Pegadaian memperbaiki beberapa sistem dan menambahkan fitur sehingga memudahkan pengguna jasa tersebut.

e. *Conformance* (kesesuaian)

Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh sesuatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai *conformance* yang tinggi, berarti produknya sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

PT. Pegadaian Unit Patrang Jember mempunyai produk atau jasa yang dimana manajemen dan standar operasionalnya yang konsisten sehingga membuat nasabah puas dengan jasa tersebut.

Di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember telah memberikan pelayanan yang baik serta memudahkan nasabah untuk menggunakan produk KCA yang dimana persyaratan hanya cukup membawa KTP dan barang jaminan sudah bisa melakukan transaksi di Pegadaian. Bukti konsisten dari PT. Pegadaian Unit Patrang Jember saat melakukan pelayanan dengan standar yang telah ditentukan.

f. *Responsiveness* (daya tanggap)

Dimensi ini menunjukkan kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penanganannya, ada *marketing officer*, *customer officer* yang cekatan, segera menjawab telepon dan sebagainya.

Daya tanggap PT. Pegadaian Unit Patrang sangat cepat dan baik sehingga nasabah sangat puas atas pelayanan yang telah diberikan. Setiap nasabah PT. Pegadaian Unit Patrang diberi nomor telepon pelayanan, nomor tersebut bisa dihubungi kapanpun oleh nasabah ketika mendapati keluhan ataupun pertanyaan-pertanyaan mengenai PT. Pegadaian Unit Patrang.

Peranan Pegadaian dalam perekonomian adalah sebagai lembaga keuangan non Bank yang membantu masyarakat dalam memberikan pinjaman modal dengan jaminan suatu aset tertentu yang nilainya ditaksir sesuai dengan besarnya pinjaman, dengan modal tersebut maka masyarakat dapat melakukan kegiatan usaha dan secara otomatis akan meningkatkan perekonomian mereka. Seperti mengelola

penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara cepat, mudah dan aman.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti untuk memperkuat validitas data hasil observasi, bahwa keunggulan produk gadai di Pegadaian Patrang sesuai dengan apa yang ada pada teori yakni menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Dengan sistem kinerja yang baik serta konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai yang di inginkan nasabah, dan daya tanggap yang sangat baik mengatasi masalah ataupun saran dari nasabah. Keunggulan dari jasa tersebut yaitu dengan jangka waktu yang sangat fleksibel, persyaratan yang mudah dan pelunasan yang tidak di batasi waktu tertentu dan yang paling utama proses yang sangat cepat mudah dan aman, dan pencairan bisa dalam bentuk tunai dan transfer.

Dengan persyaratan yang mudah, cepat dan aman maka masyarakat dapat menggadaikan barang-barangnya untuk kelangsungan perekonomian yang mereka butuhkan.

2. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Sampai hari ini, kepuasan pelanggan masih merupakan konsep

yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari perusahaan, pemasok, produsen, atau penyedia jasa.

Memperhatikan kebutuhan pelanggan melalui penelitian yang teratur merupakan langkah penting dalam mendorong pelanggan ke dalam zona loyalitas yang lebih dalam. Tetapi ada lebih banyak hal yang perlu dilakukan. Berikut adalah pertimbangan tambahan untuk mengubah pelanggan anda ke tingkat loyalitas yang lebih tinggi :

k. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

Sebagaimana diketahui, pelanggan terbaik adalah prospek terbaik pesaing. Di PT. Pegadaian Patrang perlindungan terhadap pelanggan sudah sangat baik, salah satu melindungi pelanggan dari serangan pesaing yaitu dengan cara memberi pelayanan terbaik. Agar pelanggan merasa nyaman dan tetap menggunakan produk tersebut.

l. Melakukan pembelian berulang secara teratur

Pegawai sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, di PT. Pegadaian Patrang ini hubungan pegawai dengan nasabah sangat dekat sekali seperti keluarga sehingga nasabah tidak canggung terhadap pegawai, dengan pelayanan yang maksimal cepat dan ramah maka nasabah akan merasa nyaman, secara otomatis dengan pelayanan yang maksimal dan membuat nasabah merasa nyaman maka akan tumbuh

rasa loyalitas pada nasabah, sehingga nasabah melakukan pembelian berulang.

m. Merefrensikan kepada orang lain

Di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember hubungan antara nasabah dan perusahaan ini sangat baik, sehingga tidak canggung ketika ada permasalahan ataupun masukan, sehingga nasabah merasa nyaman dan menyarankan produk jasa tersebut kepada orang terdekat ataupun orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pengelola Unit PT. Pegadaian Bapak Firman dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas nasabah di Pegadaian Patrang sangat tinggi karena keakraban nasabah dengan perusahaan sangat erat sehingga nasabah tidak canggung dan merasa nyaman kepada perusahaan dan tidak memandang suatu kalangan semuanya sama, siapa saja boleh menggunakan jasa tersebut. PT. Pegadaian memberikan *reward* berupa souvenir dan berupa diskon bunga kepada nasabah yang loyal.

Di PT. Pegadaian ini bukan hanya nasabah yang diperhatikan, pegawai juga sangat di perhatikan karena pegawai sangat berpengaruh untuk menciptakan loyalitas terhadap nasabah. Jadi, pimpinan di PT. Pegadaian Unit Patrang selalu memberi semangat terhadap pegawai. Pimpinan juga melihat kinerja pegawai karena tidak seterusnya pegawai semangat dalam bekerja, ada juga yang merasa jenuh jadi sebagai

pemimpin harus sigap dalam menyikapi pegawai dengan terus *mensupport*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dalam bentuk skripsi yang berjudul “ Analisis Keunggulan Produk Gadai Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember” dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Keunggulan produk gadai di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi nilai konsumen. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati konsumen dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain.

Keunggulan produk gadai di Pegadaian kalau dilihat dari jangka waktu atau jatuh tempo ini sangatlah fleksibel jadi jangka waktu dari awal peminjaman hingga jatuh tempo diberikan waktu selama 4 bulan, semisal nasabah mempunyai rejeki dan mau melunasi selama 1 bulan itu boleh, dan semisal nasabah tidak bisa melunasi hingga jatuh tempo maka nasabah bisa memperpanjang waktu pelunasan berkali-kali hingga nasabah bisa melunasinya. Proses yang sangat mudah maksimal 15 menit untuk satu orang istilahnya mudah, cepat dan aman. Pinjaman diterima dalam bentuk tunai atau di transfer ke rekening nasabah.

2. Tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

Siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Tingkat loyalitas nasabah di Pegadaian Patrang sangat tinggi karena keakraban nasabah dengan perusahaan sangat erat sehingga nasabah tidak canggung dan merasa nyaman kepada perusahaan dan melakukan pembelian berulang, tidak terpengaruh produk jasa dari perusahaan lain dan merefrensikan produk gadai KCA kepada keluarga maupun orang lain.

B. Saran-Saran

1. Perusahaan

Menurut pandangan peneliti, hal yang menjadi kelebihan bagi Pegadaian dalam mengunggulkan pada produk gadai KCA adalah terletak pada promosinya. Produk Gadai KCA memiliki berbagai macam *reward* dan berbagai diskon bunga bagi nasabahnya. Sehingga banyak masyarakat yang tertarik karena hal tersebut. Dan peneliti memberi saran untuk lebih memaksimalkan promosi dan mengenalkan produk kepada masyarakat, dengan tujuan agar masyarakat mengetahui tentang keunggulan produk gadai. PT. Pegadaian juga perlu melakukan strategi baru untuk mendorong nasabah agar lebih loyal dan tetap menggunakan produk atau jasa di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember.

2. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai bahan belajar untuk penelitian selanjutnya, sehingga peneliti selanjutnya

dapat mengembangkan serta memperkuat hasil penelitian ini dengan cara mengkaji terlebih dahulu dan mampu mengadakan penelitian yang lebih sukses.



DAFTAR PUSTAKA

- Andespa,Roni. 2016. *Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah, Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan dan Pelatihan*.Jurnal kajian Ekonomi Islam.Vol 01, No 02
- Arikunto,Suharsimi. 2014.*Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Ke Praktek*, (Jakarta : RinekaCipta).
- Kamsir. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,(jakarta : Rajawali Pers,)
Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. 2008, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga)
- Moleong, Lexy J. 1990. *Metode Peneitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya).
- Padma, P., Rajendran, C. dan Lokachari, P.S. 2010. *Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction in Indian Hospitals*.Benchmarking: An International Journal.
- Peraturan Pemerintah No 51 tahun 2011 Tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) (Lembaran Negara Republik Indonesia No. 131 Tahun 2011).
- Sangadji, Mamang Etta. 2013. *Perilaku Konsumen*(Yogyakarta : CV Andi Offset).
- Siregar, Selamat. 2015. “*Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Karakatau Medan.*” Medan journal ilmiah methonomi, Vol. 1 No. 2
- Siregar, Gautama Budi. 2016. *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ah di PT Bank Sumut cabang Syariah Padangsidempuan*, jurnal pelatihan ilmu-ilmu sosial dan keislaman, Vol 02, No 2, Desember.
- Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*,(Bogor: In Media).
- Sugiyono. 2018,*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta).
- Suryani, Tatik. 2012. *Prilaku onsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).

- S. Nasution. 1982. *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Bandung : Jemmars).
- Tim penyusun IAIN Jember.2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember. IAIN Jember pres,).
- Tjiptono, Fendy. 2007. *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Rajawali Pers).
- Yuliasuti, Tri Wahyu S.A. 2013. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mudharabah Di Bmt Surya Mandiri Mlarak Ponorogo,*” Skripsi (Ponorogo: STAIN Ponorogo).
- Zulkifli, Rusby. 2015.*Analisis Pemasaran pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Ahmad Yani Pekanbaru,Al-Hikmah*,Vol 12 No.2, Oktober.



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Keunggulan Produk Gadai KCA Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Pegadaian Unit Patrang Jember	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk gadai 2. Loyalitas 3. asabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian produk gadai 2. Pengertian loyalitas 3. Nasabah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pimpinan Pegadaian Unit Patrang Jember 2. Nasabah Pegadaian Unit Patrang Jember 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif 2. Lokasi penelitian di Desa Patrang, Kec. Patrang, Kab. Jember 3. Subjek Peneliti 4. Teknik pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan 6. Keabsahan data 7. Tahap-Tahap Penelitian: <ol style="list-style-type: none"> a. Tahap pra penelitian b. Tahap pekerjaan lapangan c. Tahap analisis data 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa Keunggulan Produk Gadai Di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember? 2. Bagaimana Tingkat Loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember?

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Penelitian

1. Apa keunggulan produk gadai di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember ?
2. Bagaimana tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember ?

B. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana keunggulan produk gadai di mata nasabah ?
2. Pemasaran dan promosi seperti apa yang dilakukan perusahaan untuk menarik minat nasabah ?
3. Apa kelebihan dan kekurangan produk gadai itu sendiri ?
4. Bagaimana cara perusahaan menciptakan loyalitas nasabah ?
5. Apa ada reward dari perusahaan kepada nasabah yang loyal ?
6. Bagaimana cara perusahaan dalam mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan produknya tersebut ?

IAIN JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 427005, KodePos : 68136
Website: <http://www.iain-jember.ac.id>

Nomor : B-728/In.20/7.d/PP.00.9/12/2020
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

23 Desember 2020

Yth. Pimpinan PT. Pegadaian Unit Patrang Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

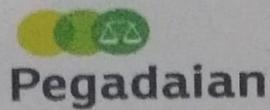
Nama : Vicky Roesmanto
NIM : E20161058
Semester : IX
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No. Telepon : 085784784878

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Analisis Keunggulan Produk Gadai KCA terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember" di lingkungan lembaga wewenang Bapak.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,





Jember, 28 Desember 2020

Nomor : /12.007100/2020

Lampiran : -

Hal : Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN

Menerangkan bahwa mahasiswi yang tercantum dibawah ini benar benar telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT. PEGADAIAN (Persero) UPC. Patrang Jember selama 1 (satu) Bulan, yang dimulai dari tanggal 28 November s/d 28 Desember 2020.

Adapun mahasiswi tersebut adalah :

Nama : Vicky Roesmanto
NIM : E20161058
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Jember
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Demikian surat keterangan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Jember
Pada tanggal 28 Desember 2020

PT. PEGADAIAN (Persero)
UPC. Patrang Jember
Pimpinan Unit

Firman Arif Wijaya

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vicky Roesmanto
NIM : E20161058
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul
**“Analisis Keunggulan Produk Gadai KCA Terhadap Loyalitas Nasabah di
PT. Pegadaian Unit Patrang Jember”** adalah hasil penelitian/karya saya sendiri,
kecuali pada bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Jember, 1 Februari 2021
Saya yang menyatakan



Vicky Roesmanto
NIM. E20161058

DOKUMENTASI

Wawancara dengan bapak Firman selaku pimpinan cabang



Wawancara dengan bapak Slamet selaku kasir



Wawancara dengan bapak Amir selaku nasabah



Wawancara dengan mbak Halima selaku nasabah

BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Vicky Roesmanto
Tempat Tgl Lahir : Bondowoso, 20 Juni 1998
Alamat : Dusun Karang pande RT/RW 002/001, Desa Grujugan Lor,
Kecamatan Jambesari Darus sholah, Kabupaten Bondowoso
No. Telp. : 083111011791
Email : vroesmanto@gmail.com
NIM : E20161058
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

RIWAYAT PENDIDIKAN

2002-2004 : TK Pertiwi Koncer
2004-2010 : SD Negeri Grujugan Lor 01
2010-2013 : MTs Negeri 2 Bondowoso
2013-2016 : MAN Bondowoso
2016-2021 : IAIN Jember