

**PERANAN PELAYANAN JASA PELANGGAN PADA
PT.PEGADAIANCABANG UPS SIMPANG MAYANG KOTA JAMBI**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi*



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS BATANGHARI

JAMBI 2022

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Pembimbing skripsi ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh:

Nama : Annisa Tulfadhilah
NIM : 2000887203021
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Peranan Pelayanan Jasa Pelanggan pada PT.
pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Kota Jambi

Telah disetujui sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan peraturan yang berlaku untuk diujikan.

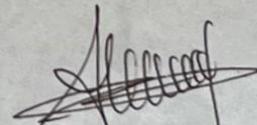
Jambi,

Pembimbing II



Diliza Afrila, M.Pd

pembimbing I



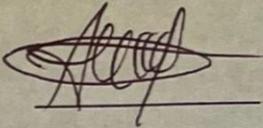
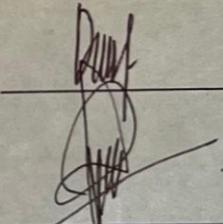
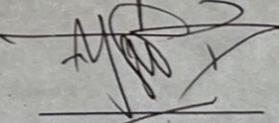
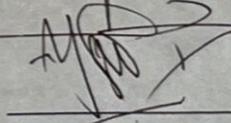
Lili Andriani, S.Pd, MM

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Penguji Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi Tahun Akademik 2021/2022 pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 16 agustus 2022
Pukul : 10.00-12 .00
Tempat : Leb.Micro

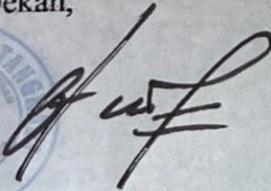
PENGUJI SKRIPSI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Lili Andriani,S.Pd,MM	Ketua	
Diliza Afrila,M.Pd	Sekretaris	
Dr. Zuhri Saputra Hutabarat, M.Pd	Penguji Utama	
Drs. Kasiono, M.Pd	Penguji	

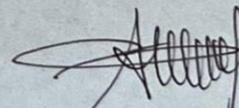
Disahkan Oleh,

Dekan,




Dr.H. Abdoel Gafar,S.Pd, M.Pd

Ketua Program Studi,

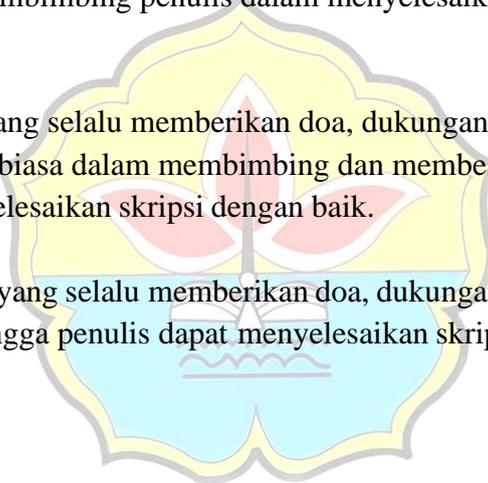


Lili Andriani,S.Pd, MM

PERSEMBAHAN

Teriring sujud syukur kehadiran Allah SWT dengan segenap kerendahan hati, selama penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dukungan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar- sebarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Herri, M.B.A selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Bapak H. Abdoel Gafar, S.Pd, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari.
3. Ibu Lili Andriani, S.Pd, MM selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi.
4. Ibu Lili Andriani, S.Pd, MM selaku Pembimbing Skripsi I dan ibu Diliza Afrila, M.Pd selaku Pembimbing Skripsi II, yang selalu bersedia meluangkan waktu serta tenaga nya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang dan kesabaranyang luar biasa dalam membimbing dan membesarkan saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Suami serta anakku yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, kasih sayang yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hanya tercurah kepada Allah SWT dan Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW sebagai utusan-Nya. Berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya lah, yang telah melancarkan segala urusan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini yaitu “ Peranan Pelayanan Jasa Pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Kota Jambi”. Penulis mengucapkan terima kasih yangsebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Herri, M.B.A selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Bapak H. Abdoel Gafar, S.Pd, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan IlmuPendidikan Universitas Batanghari.
3. Ibu Lili Andriani, S.Pd, MM selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FakultasKeguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Batanghari Jambi.
4. Ibu Lili Andriani, S.Pd, MM selaku Pembimbing Skripsi I dan ibu Diliza Afrila, M.Pd selaku Pembimbing Skripsi II, yang selalu bersedia meluangkan waktu serta tenaga nyauntuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang dan kesabaranyang luar biasa dalam membimbing dan membesarkan saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Suami serta anakku yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, kasih sayang yangluar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

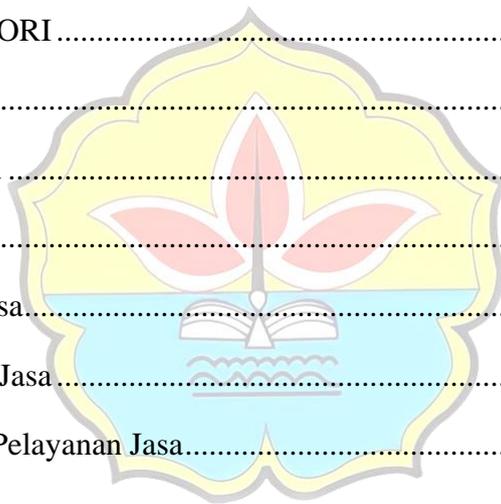
Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaatbagi penulis dan para pembaca.

Jambi, 14 Agustus
2022Penulis,

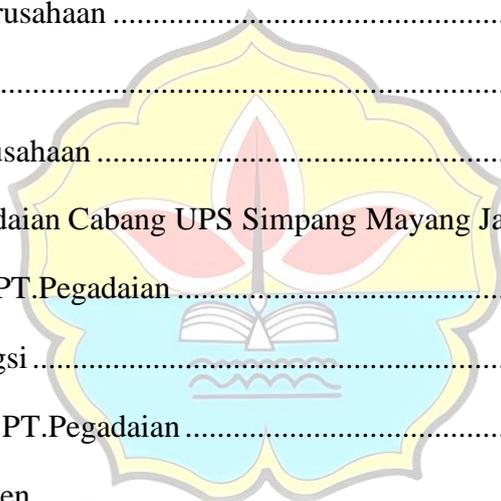
Annisa Tulfadhilah

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Konsep Usaha Jasa.....	8
2.1.1. Definisi Usaha Jasa	8
2.1.2. Karakteristik.....	9
2.2. Konsep Pelayanan Jasa.....	12
2.2.1. Definisi Pelayanan Jasa.....	12
2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan Jasa.....	15
2.3. Konsep Pelanggan.....	18
2.3.1. Definisi Pelanggan	18
2.4. Kerangka Konseptual.....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN	21
3.1. Metode Penelitian.....	21
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.3. Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1. Populasi.....	21
3.3.2. Sampel.....	22



3.4. Atribut Penelitian.....	23
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	24
DAFTAR ISI	
3.5.1. Data Primer	24
3.5.2. Data Sekunder.....	24
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7. Teknik Analisa Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Gambaran Umum PT. Pegadaian.....	29
4.1.1. Sejarah Berdiri PT. Pegadaian	29
4.1.2. Visi Misi Tujuan Perusahaan	31
4.1.3. Tujuan Perusahaan	32
4.1.4. Ruang Lingkup Perusahaan	33
4.1.5. Karyawan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Jambi	33
4.1.6. Struktur Organisasi PT.Pegadaian	35
4.2. Tugas Pokok dan Fungsi	38
4.3. Pengembangan Usaha PT.Pegadaian	39
4.4. Karakteristik Responden.....	42
4.5. Hasil Penelitian	43
4.5.1. Analisis terhadap Dimensi Bukti Langsung.....	43
4.5.2. Analisis terhadap Dimensi Keandalan.....	45
4.5.3. Analisis terhadap Dimensi Tanggapan	48
4.5.4. Analisis terhadap Dimensi Empati.....	49
4.5.5. Analisis terhadap Dimensi Jaminan.....	50
4.6. Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan	56



5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR ISI



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era perdagangan bebas, menuntut setiap perusahaan dapat menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Damanik, 2009:45). Setiap organisasi dalam bisnis tentu menginginkan hal terbaik untuk memuaskan para pelanggannya dan para pihak yang berkepentingan lainnya, mereka harus mampu bersaing dengan organisasi bisnis lain untuk menjadi yang terdepan.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat besar. Persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menempatkannya sebagai tujuan utama, dengan demikian, diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada para pelanggan. Melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang dimiliki para petugas dalam memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan pelayanan yang berkualitas, maka pelanggan akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Agar barang atau jasa yang ditawarkan dipilih oleh pelanggan maka perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan bagaimana memberi layanan yang terbaik.

Perusahaan jasa harus berusaha mewujudkan kepuasan pelanggannya, Sebab jika kepuasan tidak dicapai maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan berakibat pada menurunnya laba dan bahkan bisa menyebabkan kerugian. Membangun kepuasan pelanggan merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman, komentar teman dan kenalannya serta janji dan informasi pemasar dan pelanggan yang loyal terhadap pihak penyedia jasa, apabila kepuasan pelanggan tercapai karena jasa yang diterima sesuai dengan harapannya. Saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan.

Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Salah satunya adalah PT.Pegadaian sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang sekarang berstatus PT merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam bidang penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. PT.Pegadaian menjalankan fungsi sebagai pengganti bank yaitu penyalur pinjaman dana ke masyarakat dan salah satu sumber dana pembangunan, karena itu PT.Pegadaian dituntut harus menunjukkan kinerja keuangan yang baik agar menjadi salah satu lembaga keuangan bukan bank yang dapat diandalkan untuk periode sekarang dan periode yang akan datang.

PT.Pegadaian turut serta membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan dibidang perekonomian, terutama membantu dalam hal menyediakan atau memberikan pendanaan untuk dijadikan sebagai modal dalam melakukan usaha yaitu lewat jasa gadai sedangkan atribut lain adalah jasa penaksiran barang , jasa penitipan barang dan toko emas. Salah satu tantangan dari perkembangan PT.Pegadaian adalah bagaimana meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. PT.Pegadaian mempunyai peranan

penting dalam penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai kepada masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka upaya peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan pengembangan usaha diperlukan dana yang cukup besar.

Sumber dana yang selama ini dipergunakan untuk keperluan penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai berasal dari dana intern Perusahaan dan pinjaman dari lembaga keuangan masih belum mencukupi, maka diperlukan dana dari sumber lain yang sah. Kualitas pelayanan sangat berperan penting dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan pada penyedia jasa tersebut.

Keberadaan PT. Pegadaian khususnya di Kota Jambi sangat berperan penting terutama dalam hal pemberian bantuan dana pinjaman kepada masyarakat. Namun berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti untuk melihat bagaimana peranan pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Jambi, yang ada di Kota Jambi. Berdasarkan data yang diperoleh adapun jumlah pelanggan PT. Pegadaian selama 3 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Data Jumlah Pelanggan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Jambi. Tahun 2019-2021

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2019	5675
2	2020	4300
3	2021	3841

Sumber : PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan jumlah pelanggan PT. Pegadaian pada tahun 2019 berjumlah 5675, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 4300 pelanggan dan pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan dengan jumlah 3841 pelanggan. Jika diperhatikan jumlah pelanggan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang mengalami penurunan jumlah pelanggan tiap tahunnya hal ini disebabkan oleh berbagai hal salah satunya adalah murahnya harga emas atau barang yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian yang mengakibatkan rendahnya minat pelanggan untuk menggadaikan emas atau barang lainnya.

Mengingat pentingnya peranan pelayanan maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul penelitian **“Peranan Pelayanan JasaPelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Kota Jambi”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Masih rendahnya pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang
2. Masih adanya pelanggan yang kurang puas akan pelayanan di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.
3. Banyaknya prosedur atau syarat penggadaian barang.
4. Rendahnya jumlah nilai uang yang ditawarkan oleh PT. Pegadaia

1.3. Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas mengingat keterbatasan waktu dan biaya peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini, adapun batasan penelitian ini pada pelayanan jasa pelanggan yang ada di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.

1.4. Rumusan Masalah

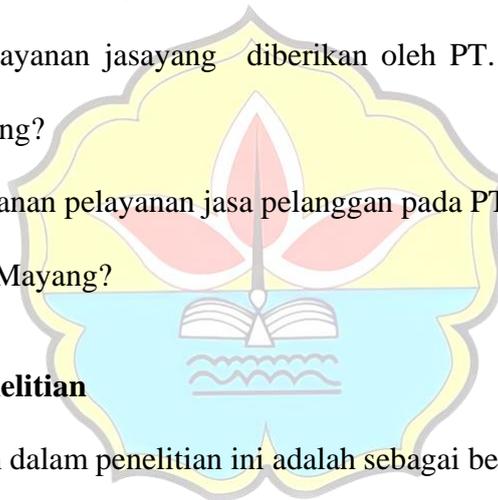
Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang?
2. Bagaimana peranan pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.
2. Untuk mengetahui peranan pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.



1.6. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi khasanah kajian pustaka dan bagi para akademis bermanfaat dalam melakukan penelitian selanjutnya.
2. Praktisi penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti sebagai sarana belajar, sumber informasi dan referensi dalam pengembangan penelitian, mengembangkan wawasan, meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah dengan terjun langsung. Sedangkan manfaat bagi PT. Pegadaian diharapkan agar dapat menjadi gambaran kedepan untuk melakukan pelayanan yang lebih baik lagi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Usaha Jasa

2.1.1. Definisi Usaha Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Menurut Kotler (2005 : 11) Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, pada hakikatnya bersifat terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk jasa lain (M. Mursid, 2010 : 118) Menurut J. Stanto jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan jasa dapat diberikan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak (Buchari Alma, 2011 : 243). Sedangkan menurut Valerie A. Zeithaml dan Mery Jo Bitner jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produk dan memberikan nilai tambah (seperti hiburan, santai) bersifat tidak berwujud (Buchari Alma, 2011:243).

Menurut Kotler (2005 : 112), penawaran sebuah perusahaan kepada pasar sasarannya biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa dapat berupa

bagian kecil atau utama dari seluruh tawaran tersebut. Oleh karena itu penawaran sebuah perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori :

1. Benda berwujud murni : Tawaran tersebut terutama terdiri atas barang berwujud, tanpa ada jasa atau layanan yang menyertai produk tersebut.
2. Benda berwujud disertai dengan jasa : Tawaran tersebut terutama terdiri atas barang berwujud yang disertai oleh satu atau beberapa jasa atau layanan untuk meningkatkan daya tarik pada konsumen.
3. Campuran : Tawaran tersebut terdiri atas barang dan jasa yang kurang lebih sama besar porsinya.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa yang sangat kecil : Tawaran tersebut terdiri atas jasa utama bersama jasa tambahan (pelengkap) atau barang pendukung.
5. Pelayanan atau jasa murni : disini penawaran terutama terdiri dari suatu jasa pelayanan.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diperlu diraba sebelum dibeli.

2.1.2. Karakteristik Usaha Jasa

Secara umum ada empat karakteristik pokok yang membedakan antara barang dan jasa. Menurut Philip Kotler dalam Hardiyansyah, (2002:88), menyatakan jasa memiliki empat ciri utama yang mempengaruhi rancangan program pemasaran yaitu:

1. Tidak berwujud (*Tangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak dapat dilihat, dirasakan, disentuh atau diraba sebelum dilakukan transaksi pembelian untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli atau calon pembeli akan mencari tahu tentang kualitas jasa tersebut sebelum melakukan transaksi pembelian. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai kualitas jasa dengan mempertimbangkan tempatnya (*place*), manusia (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), simbol – simbol (*symbol*), dan harga (*price*).

2. Tidak terpisahkan (*Inspirability*)

Jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jika jasa diberikan untuk seseorang, maka orang tersebut merupakan bagian dari jasa yang diberikan, karena pembeli juga hadir pada saat jasa disampaikan sehingga interaksi penyedia merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena bergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Sering kali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman dan membicarakannya dengan orang lain utamanya kepada orang yang pernah menggunakan jasa tersebut. Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan jasa yang akan memenuhi kebutuhannya.

4. Mudah lenyap atau tidak terpisahkan (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan, keadaan tidak tahan lama dan jasa bukanlah masalah bila permintaan stabil, karena mudah untuk dilakukan persiapan dalam

pelayanannya. Jika permintaan berfluktuasi maka perusahaan jasa mengalami kesulitan yang cukup rumit terutama yang memiliki kapasitas yang terbatas. Oleh karena itu perusahaan harus mengevaluasi kapasitas guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan. Dalam hal ini perlu dilakukan analisis terhadap biaya dan pendapatan bila kapasitas yang ditetapkan terlalu tinggi atau terlalu rendah.

Keunggulan suatu pelayanan sangat tergantung dari kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah telah sesuai dengan keinginan dan harapan dari konsumen sebagai pengguna jasa tersebut. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono, 2008:146) merumuskan model mutu jasa yang menekankan syarat-syarat utama dalam memberikan mutu jasa yang tinggi. Model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan mutu jasa adalah :

a. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat memahami dengan tepat atau yang diinginkan pelanggan. Akibatnya pihak manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung apa saja yang diinginkan konsumen.

b. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa

Kadangkala manajemen mungkin memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen

total manajemen terhadap kualitas jasa,kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.

c. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa

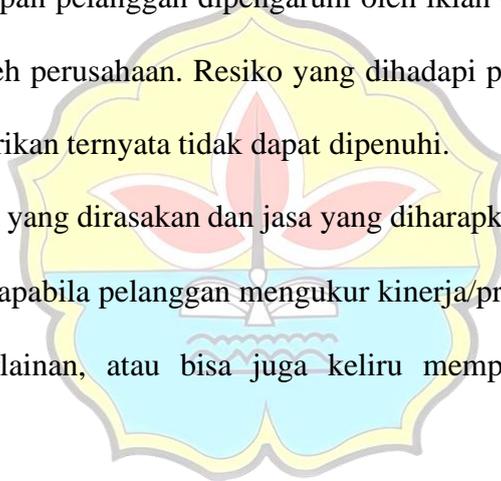
Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standar kerjayang ditetapkan. Selain itu mungkin pula karyawan dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain.

d. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

e. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.



2.2. Konsep pelayanan jasa

2.2.1. Definisi pelayanan jasa

Pelayanan merupakan elemen lain dalam strategi produk, tawaran perusahaan kepada pasar biasanya meliputi beberapa jasa, yang dapat menjadi bagian yang besar atau kecil dari keseluruhan tawaran. Setelah perusahaan menaksirkan nilai berbagai jasa pendukung, perusahaan tersebut harus

menghitung biaya penyediaan jasa tersebut. Kemudian perusahaan menyediakan jasa yang menyenangkan pelanggan dan menghasilkan laba bagi perusahaan.

Pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wykcof(2010:59) kualitas pelayanan adalah “Tingkat keinginan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dari pendapat Zeithaml dan Bitner, (2010:34) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penyampaian secara *Ecellent* atau *Superior* pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Dari definisi diatas secara garis besar mengandung arti bahawa kepuasan pelanggan akan tercapai bila kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan atau gap yang terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi.

Kualitas pelayanan merupakan peran yang dominan dalam kegiatan bidang pemasaran suatu perusahaan, pengertian kualitas pelayanan menurut Wykcof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono,(2010:59) adalah: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.

Terdapat beberapa dimensi pokok yang menjadi pertimbangan dalam menentukan suatu perencanaan strategi serta sebagai bahan analisis. Ada delapan dimensi kualitas menurut Garvin dalam Lovelock, (2010:14) antara lain:

1. Kinerja (*Performance*)

Menyangkut karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya kecepatan, kapasitas, kemudahan, dan kenyamanan.

2. Ciri – ciri atau Keistimewaan Tambahan (*Feature*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya perlengkapan interior dan eksterior.

3. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan atau kerusakan pada saat dioperasikan. Misalnya mobil yang sering mogok atau rusak.

4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to specification*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar - standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Yaitu berkaitan dengan seberapa lama suatu produk dapat terus digunakan dimensi ini mencakup teknis maupun ekonomis pengguna produk.

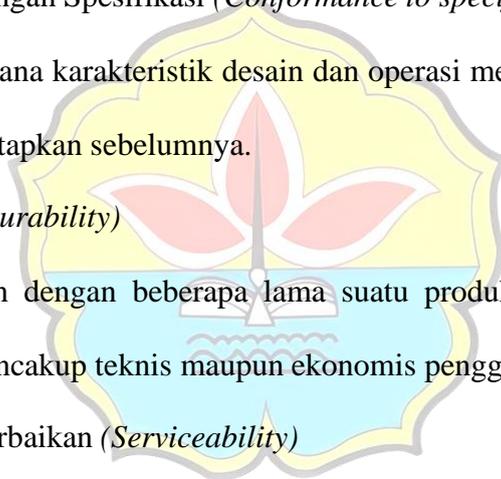
6. Penanganan Perbaikan (*Serviceability*)

Yaitu kemudahan dalam perbaikan atau reparasi yang meliputi kompetensi, kecepatan, kenyamanan, termasuk penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika

yaitu daya tarik dari suatu produk terhadap panca indera. Misalnya bentuk fisik yang menarik, model atau desain yang artistic, perpaduan warna, dan sebagainya.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)



Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri - ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersiapkan kualitasnya dari segi aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya.

2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan jasa

Menurut Hardiyansah, Msi. (2012:47) menyatakan dimensi dalam kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Berry, Parasuraman, dan Zeithaml (kotler,2008:44) ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa adalah sebagai berikut :

1. Mendengarkan

Memahami apa yang benar-benar diinginkan pelanggan melalui pembelajaran berkelanjutan tentang harapan dan persepsi pelanggan dan non pelanggan (misalnya melalui sistem informasi kualitas jasa).

2. Keandalan

Keandalan adalah dimensi kualitas jasa terpenting dan harus menjadi prioritas jasa.

3. Layanan dasar

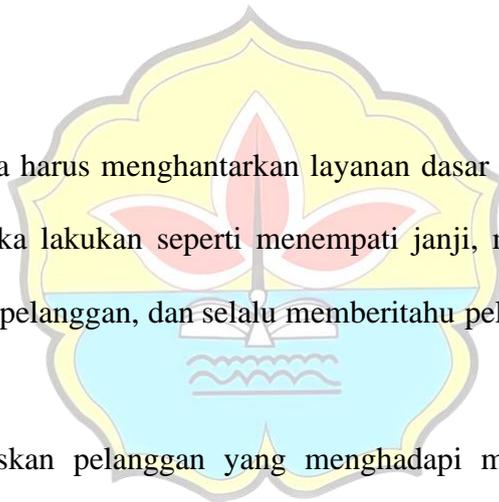
Perusahaan jasa harus menghantarkan layanan dasar dan melakukan apa yang harusnya mereka lakukan seperti menepati janji, menggunakan akal sehat, mendengarkan pelanggan, dan selalu memberitahu pelanggan.

4. Pemulihan

Untuk memuaskan pelanggan yang menghadapi masalah jasa, perusahaan harus mendorong pelanggan untuk mengajukan keluhan (dan mempermudah mereka melakukannya), merespon dengan cepat dan personel, serta mengembangkan sistem penyelesaian masalah.

5. Memberi kejutan kepada pelanggan

Meskipun keandalan adalah dimensi terpenting dalam memenuhi harapan jasa pelanggan, dimensi proses seperti kepastian, koresponsif, dan empati adalah dimensi terpenting untuk melebihi harapan pelanggan.



6. Berlaku adil

Perusahaan jasa harus melakukan usaha khusus untuk bersikap adil kepada pelanggan dan karyawan.

7. Kerja tim

Adalah pelajaran yang memungkinkan organisasi besar menghantarkan jasa dengan perhatian dan perlakuan khusus melalui peningkatan motivasi dan kemampuan karyawan.

8. Riset karyawan

Pemasar harus mengadakan riset bersama karyawan untuk mengungkapkan mengapa masalah jasa terjadi dan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

9. Kepemimpinan yang melayani

Jasa berkualitas dari kepemimpinan yang menginspirasi seluruh organisasi dari desain sistem jasa yang sempurna, penggunaan informasi dan teknologi yang efektif.

Tjiptono (2008:491) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dan kinerja.

2.3. Konsep Pelanggan

2.3.1. Defenisi Pelanggan

Manusia memiliki akal budi kemampuan untuk kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu, sehingga manusia secara alamiah harus memenuhi semua kebutuhan itu dengan cara membeli maupun menukar barang atau jasa yang diinginkan. Terciptalah manusia sebagai pembeli yang dalam dunia industri disebut pelanggan untuk melakukan transaksi dalam rangka memenuhi semua kebutuhan. Arti Pelanggan menurut Dharmmesta dan Handoko (2010:12) yaitu individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangga. Seiring dengan pernyataan Pamitra (2010:11) bahwa pelanggan adalah individu pembuat keputusan yang menyebabkan seseorang harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk.

Menurut Supranto (2010:21) pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari beberapa orang lain atau kelompok orang. Lupiyoadi (2010:134) mendefinisikan Pelanggan adalah seorang individu yang secara continue dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut

Berbeda menurut Jerome dkk (2010:215) pelanggan adalah individu yang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan sejumlah pilihan dalam kaitannya dengan biaya dan nilai yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari waktu dan dana yang dikeluarkan. Menurut Gasperz dalam (Nasution, 2014:101) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk

memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan. Dari semua pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah individu yang melakukan pembelian kebutuhan yang bisa membuat puas dengan membandingkan beberapa aspek seperti harga, standar kualitas barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadi dan rumah tangga.

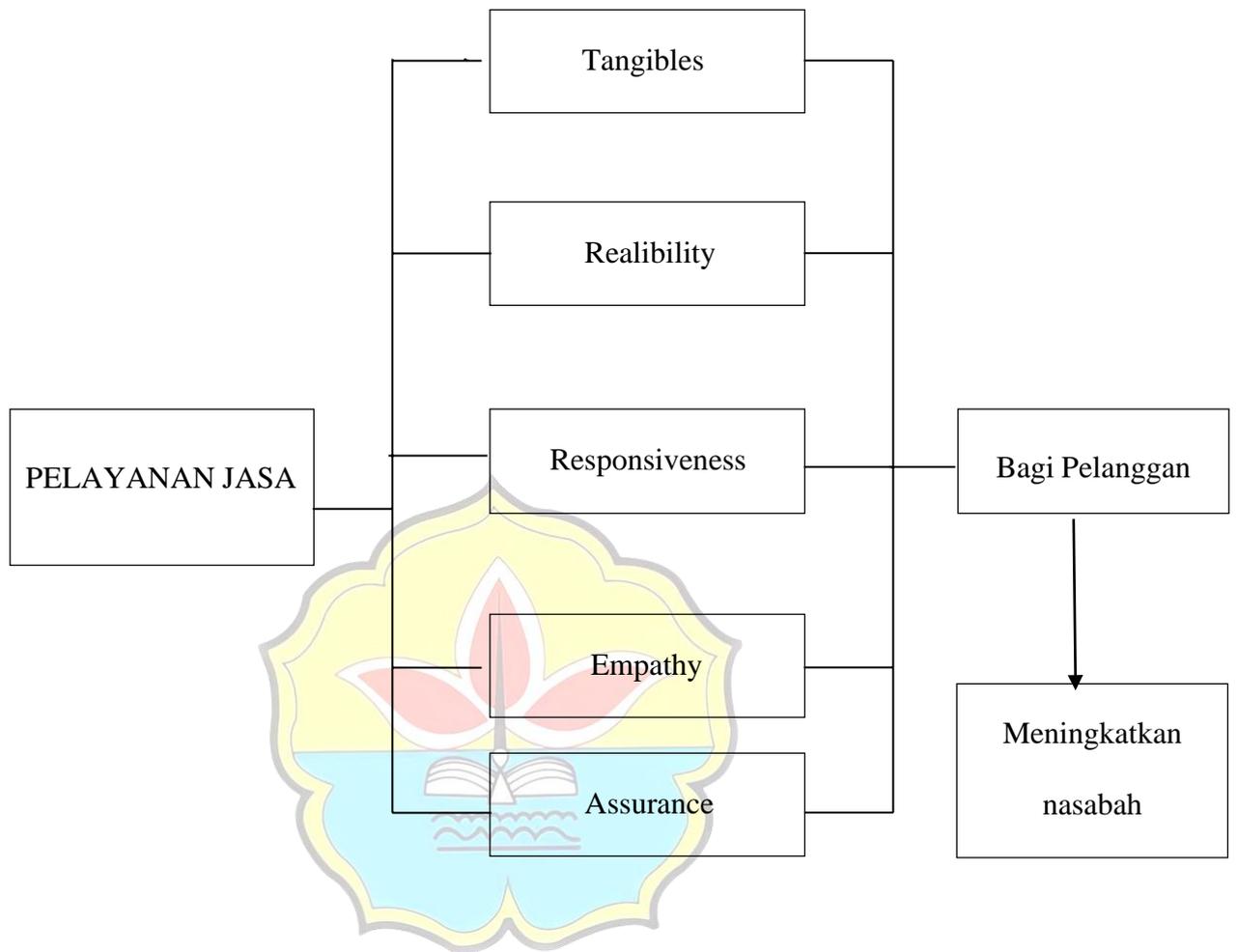
2.4. Kerangka Konseptual

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal dengan kemampuan manajemen untuk mengerakkan fungsi-fungsi perusahaan dari pemasaran, keuangan, sumber daya operasional, sistem manajemen, riset serta pengembangan sumber daya perusahaan.

Pada bisnis jasa, pelanggan dan lini depan pelayanan interaksi menciptakan jasa, karenanya pengguna jasa harus berinteraksi efektif dengan pelanggan untuk menciptakan nilai superior selama pertemuan jasa, karenanya bisnis jasa memuaskan perhatiannya, baik kepada pegawaiannya maupun pelanggannya untuk bisnis jasa dan kepuasan pelanggan.

Pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena dengan adanya pelayanan kita yang bagus, maka pelanggan akan merasa puas dengan adanya pelayanan dari perusahaan tersebut dan omset penjualan jasa kepada akan bertambah atas pelayanan yang kita berikan. Dengan adanya skema ini kita dapat melihat gambaran suatu perusahaan antara variabel I dan variabel II:

Gambar 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Ruang lingkup penelitian ini berlokasi di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi. Adapun masalah yang diteliti adalah pelayanan jasa pelanggan.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari 2021 waktu maksimal penelitian adalah dari tanggal 30 Mei sampai dengan tanggal 15 Juli. Tempat penelitian dilakukannya penelitian ini yaitu di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Jambi.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan, 2017:11). Lebih lanjut dikemukakan “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Arikunto, 2010:108). Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 3841 pelanggan tahun 2021.

3.3.2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti)(riduwan, 2007:11). Penelitian yang dilakukan adalah penelitian populasi, dimana populasinya adalah pelanggan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi. Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik sampling yang akan digunakan adalah sampling acak (*random sampling*).

$$n = \frac{N}{1+N(d^2)}$$

n = jumlah sampel

N = populasi

d = ketetapan yang diinginkan (20%)

Jadi berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel dalam penelitian adalah :

$$n = \frac{3841}{1 + 3841 (0,02)^2}$$

$$n = \frac{3842}{1+3842 (0,02)}$$

$$n = \frac{3843}{76,86} = 50$$

Berdasarkan perhitungan di atas adapun sampel yang digunakan adalah sebanyak 50 orang pelanggan. Apabila subjeknya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya dan dijadikan sampel. Dikarenakan jumlah populasi yang diteliti lebih dari 100 pelanggan, maka peneliti mengambil sampel dengan menggunakan slavin dan didapat sampel sebanyak 50 orang dari 3841 populasi yang ada dengan persentase kelonggaran 20%.

3.4. Atribut Penelitian

Masalah dalam penelitian ini adalah pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota Jambi. Terdapat 5 atribut pada pelayanan yang digunakan menurut Zithaml, Berry dan Parasuraman (terjemahan Tjitomo, 2008:26) yaitu:

1. Bukti langsung (*tangible*)
2. Keandalan (*reability*)
3. Daya tangkap (*responsiveness*)
4. Empaty (*empati*)
5. Jaminan (*assurance*)

Tabel 2 : Indikator Kulatias Pelayanan Jasa

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas pelayanan jasa	<i>Tangible</i>	a.Peralatan modren b.Fasilitas yang visual menarik c.Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional d.Bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan
2		<i>Reability</i>	a.Memberikan layanan sesuai dengan janji b.Ketertanggung dalam menangani masalah pelayanan pelanggan c.Melakukan pelayanan pada saat pertama d.Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan e.Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan f. Mempertahankan rekor bebas catat.
3		<i>Responsiveness</i>	a.Mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, misalnya kapan layanan itu b.Layanan yang tepat pada pelanggan. c.Keinginan untuk membantu pelanggan. d.Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.
4		<i>Empaty</i>	a.Memberikan pelanggan perhatian

			<p>individual.</p> <p>b.Laryawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode.</p> <p>c. Sangat memperhatikan kepentingan pelanggan terbaik.</p> <p>d.Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.</p> <p>e. Jam bisnis yang nyaman.</p>
5		<i>Assurance</i>	<p>a.Karyawan yang membangkitkan kepercayaan pelanggan.</p> <p>b.Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.</p> <p>c.Karyawan yang santun</p> <p>d.Karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pelanggan.</p>

3.5. Jenis dan Sumber Data

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota Jambi, maka penelitian berdasarkan studi kasus didukung dengan hasil survey . data yang akan dikumpulkan berupa data primer dan data skunder.

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data diperoleh secara langsung oleh penulis melalui kuisioner yang disebarkan kepada responden yang berisi daftar pertanyaan yang berstruktur yang berhubungan dengan peranan pelayanan jasa pelanggan.

3.5.2. Data Sekunder

Data skunder adalah data atau informasi yang di peroleh dari bahan-bahan laporan yang tersedia pada di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi kepustakaan

Dengan melakukan mempelajari buku-buku dan acuan-acuan puataka, dalam metode ini penulis mencoba mempelajari dan mengkaji berbagai persoalan yang berkaitan dengan materi penelitian untuk memecahkan teori-teori yang berhubungan dengan judul yang akan diteliti.

b. Penelitian lapangan

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini adalah membagikan kuisisioner secara langsung kepada pelanggan PT. Pegadaian pembagian kuisisioner bertujuan untuk mengetahui pendapat reponden mengenai pelayanan kepada pelanggan, maka menggunakan metode pengumpulan data berupa kuisisioner.
2. Dalam penyusunan pelayanan kuisisioner, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, dengan pengukuran sebagai berikut :

Penggunaan skala likert 5 angka didasarkan atas perkembangan bahwa dengan dimensi yang tercantum dalam daftar pertanyaan memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat kepuasan pelanggan.

Sangat Tidak Baik (STB)

Kurang Baik (KB)

Cukup Baik (CB)

Baik (B)

Sangat Baik (SB)

3. Untuk mendapatkan data primer ini dilakukan penelitian langsung ke kantor PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang yang menjadi objek penelitian.
4. Melakukan pengamatan secara seksama semua variabel yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian dan melakukan wawancara kepada pihak yang berwenang di perusahaan yang menjadi objek penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis Data yang digunakan adalah analisis data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan memilih langkah-langkah sebagai berikut (1) reduksi data, (2) melaksanakan display atau menyajikan data, dan (3) analisis deskriptif (Sugiyono,2010:431).

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi Data merupakan proses pengumpulan data penelitian.data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti di lapangan maka jumlah data akan semakin banyak,rumit, dan kompleks. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum ,memilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*data Resplay*)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, dan sebagainya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Biasanya dalam penelitian, kita mendapat data yang banyak. Data yang kita dapat tidak mungkin kita paparkan secara keseluruhan. Untuk itu dalam penyajian data peneliti dapat dianalisis oleh peneliti untuk disusun secara sistematis, sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti.

3. Analisis Deskriptif

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner dan rumus yang dipakai adalah sebagai berikut :

$$\text{rata - rata skor} = \frac{(5.SB) + (4.B) + (4.KB) + (2.TB) + (1.STB)}{\Sigma(SB) + (B) + (KB) + (TB) + (STB)}$$

Keterangan :

SB: Sangat Baik

B: Baik

CB: Cukup Baik

KB: Tidak Baik

STB : Sangat Tidak Baik

Pada penelitian ini variabel bebas (independent) menggunakan skala pengukuran dengan rentan rata diatas dengan kriteria pengukuran :

Skala rata-rata 1.00 – 1.49 tidak pernah dipengaruhi

Skala rata-rata 1.50 – 2.49 jarang dipengaruhi

Skala rata-rata 2.50 – 3.49 kadang-kadang dipengaruhi

Skala rata-rata 3.50 – 4.49 sering dipengaruhi

Skala rata-rata 4.00 – 5.00 sangat sering dipengaruhi (Zuriyati : 48).

Untuk mendapatkan target pencapaian jumlah responden maka penelitian menggunakan rumus TCR dengan rumus sebagai berikut :

$$TCR = \frac{\text{rata - rata skor}}{5} \times 100\%$$

Skala pengukuran untuk rumus TCR adalah sebagai berikut :

Nilai Pencapaian 90% - 100% = capaian sangat baik

Nilai Pencapaian 80% - 89% = capaian baik

Nilai Pencapaian 65% - 79% = capaian cukup baik

Nilai Pencapaian 55% - 64% = capaian kurang baik

Nilai Pencapaian 0% - 54% = capaian sangat tidak baik (sudjana : 48)

KISI-KISI PERNYATAAN PELAYANAN

Tabel 3 : Kisi-Kisi instrumen

No	Indikator	No pertanyaan
1	<i>Tangible</i> (bukti langsung)	1,2,3,4,
2	<i>Reliability</i> (keandalan)	5,6,7,8,9
3	<i>Responiness</i> (daya tanggap)	10,11,12,13
4	<i>Empati</i> (empati)	14,15,16,17,18
5	<i>Assurance</i> (Jaminan)	19,20

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT. Pegadaian

4.1.1. Sejarah Berdiri PT. Pegadaian

Lembaga kredit dengan sisten gadai pertama kali hadir di bumi nusantara pada saat VOC berkuasa, adapun institusi yang menjalankan usaha ini adalah Banh Van Leching. Band ini didirikan melalui surat keputusan Gubernur Jendral Van Imhoff tanggal 28 agustus 1746 dengan modal sebesar (f 7.500.000) yang terdiri dari modal VOC 2/3 dan sisanya milik swasta. Tahun 1800 POC bubar dan kekuasaan di Indonesia diambil alih oleh Belanda, semasa pemerintahan Deandels dikeluarkan peraturan tentang macam barang yang dapat diterima sebagai jaminan gadai seperti perhiasan, kain, dan lain-lain.

Tahun 1811 kekuasaan di Indonesia diambil alih oleh Inggris- Rafles selaku penguasa mengeluarkan peraturan dimana setiap orang yang dapat mendirikan Bank Van Learning asal mendapat izin penguasa setempat, yang disebut Lisentiestsel. Lisentiestsel ini ternyata tidak menguntungkan pemerintah. Tahun 1811 Lisentiestsel di hapuskan, dan diganti dengan Pachstsel yang dapat didirikan oleh anggota masyarakat umum dengan syarat sanggup membayar sewa dengan tinggi kepada pemerintah. Tahun 1816 Belanda kembali menguasai Indonesia, Pachstsel makin berkembang, namun berdasarkan penelitian pemerintah ternyata banyak Pachstsel yang melakukan perbuatan sewenang-

wenang, seperti menaikkan suku bunga, memiliki barang jaminan yang kadaluarsa karena tidak melelangnya, membayar uang kelebihan kepada yang berhak.

Dengan adanya kekurangan tersebut tahun 1870 *Pachstelsel* dihapuskan dan diganti lagi dengan *Licentiestelsel*, dengan maksud untuk mengurangi pelanggaran yang merugikan masyarakat umum dan pemerintah. Usaha ini tidak berhasil, karena ternyata penyelewengan masih berjalan tanpa menghiraukan peraturan pemerintah sehingga timbul kehendak pemerintah untuk menguasai sendiri badan usaha ini. Tahun 1900 diadakan penelitian untuk maksud tersebut dan berkesimpulan bahwa badan usaha tersebut cukup menguntungkan. Maka didirikan Pilot Project di Suka Bumi, atas keberhasilan proyek ini dikeluarkan STBL No. 131 tanggal 1 April 1901 sebagai Pegadaian Negeri pertama di Indonesia, tanggal 1 april inilah kemudian dijadikan hari lahirnya pegadaian.

Pada mulanya uang pinjaman yang diberikan kepada peminjam berjumlah f 300 dan tidak dikenakan ongkos administratif. Karena pegadaian negeri ini semakin berkembang dengan baik maka dikeluarkan peraturan monopoli, diantaranya STBL No. 749 tahun 1914 dan STBL No. 28 tahun 1921. sanksi terhadap pelanggaran peraturan monopoli diatur dalam kitab undang-undang hukum pidana pasal 509. berdasarkan STBL No.266 tahun 1930. Pegadaian Negeri dijadikan perusahaan Negara seperti yang dimaksudkan dalam pasal 2 pada Indonesia Bedrijvenwet STBL No. 419 tahun 1927. Proklamasi kemerdekaan RI mengakibatkan pengalihan penguasaan terhadap Pegadaian Negara, yaitu kepada Pemerintahan RI melalui Peraturan Pemerintah No.176

tahun 1961, maka tanggal 1 Januari 1967 Pegadaian Negara dijadikan Perusahaan Negara dan berada dalam lingkup Departemen Keuangan. Perusahaan Pegadaian Negara ini mengalami kerugian, untuk itu dikeluarkan instruksi Presiden No. 17 tahun 1969, Undang-undang No.9 tahun 1969 dan Peraturan Pemerintah No.17 tahun 1969 dan pelaksanaannya. Menurut surat keputusan Menteri Keuangan RI No.Kep.664/MK/9/1969,yang mulai berlaku 1 Mei 1969, perusahaan pegadaian negara menjadi jawatan pegadaian.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.10 tahun 1990, Perjan Pegadaian diubah menjadi perusahaan umum Pegadaian, dengan status PERUM Pegadaian diharapkan mampu mengelola usahanya secara profesional, berwawasan bisnis oriental tanpa meninggalkan misinya yaitu pertama turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan dan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai, kedua mencegah timbulnya praktek ijon, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya. Kantor cabang mengadakan transaksi dengan para nasabah, melaksanakan pencatatan dan selanjutnya mengirimkan laporannya ke kantor daerah. Sedangkan kantor daerah diberi otorisasi penuh untuk mengelola dan mengawasi setiap operasional cabang oleh kantor pusat.

4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Dalam Rencana Jangka Panjang (RJP) sebelumnya telah ditetapkan visi dan misi perusahaan yang dipandang masih cukup relevan untuk

dipertahankan. Visi perusahaan “ Pegadaian pada tahun 2010 menjadi perusahaan yang moderen dinamis dan inovatif dengan usaha utama gadai “Moderen dalam arti mampu menghasilkan produk yang cocok dengan kebutuhan masyarakat moderen / memberi solusi bagi masyarakat modern .Dinamis dalam arti bahwa seluruh karyawan dapat menyesuaikan diri, profesional dan berjiwa wirausaha dalam merespon kebutuhan pelanggan. Inovatif dalam arti perusahaan mampu menciptakan produk-produk baru yang menguntungkan sebagai penunjang produk utama.

Sedangkan misi perusahaan merupakan peranan dan tujuan yang diharapkan terhadap keberadaan Perum Pegadaian bagi kepentingan pemilik, masyarakat dan konsumen yang dirumuskan seperti berikut :”Ikut membantu program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan berpenghasilan menengah kebawah, melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan”.

4.1.3. Tujuan Perusahaan

1. Turut melaksanakan dan menunjang 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.

4.1.4. Ruang Lingkup Perusahaan

Dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan (nasabah) akan layanan jasa saat ini. Perum Pegadaian telah melaksanakan usaha sebagai berikut:

Kegiatan Usaha Inti Kredit Cepat :

- a. Kredit Cepat Aman / Kredit Gadai, yaitu fasilitas pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur mudah, aman dan cepat. Hampir semua jenis barang bergerak (perhiasan, barang elektronik, sepeda motor, dll) dapat dijadikan agunan.
- b. Jasa Taksiran, yaitu fasilitas pelayanan untuk mengetahui kualitas dan keaslian emas, permata, perak, dll.
- c. Jasa Titipan, yaitu fasilitas pelayanan penitipan barang surat-surat berharga, dll, agar lebih aman. Fasilitas ini diberikan kepada pemilik barang yang akan berpergian jauh dalam jangka waktu relatif lama.

4.1.5. Karyawan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi

Tabel 4 : Daftar karyawan PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi

No	Nama Karyawan	Jabatan	Pendidikan Terakhir
1	Jamiat Heri Santosa	Manager Cabang	Strata Satu
2	Achmad Yani	Manager Usaha Lain	Strata Satu

3	Mujiyono	Pengelola UPC	SMA
4	Silvia Oktaviani	Pengelola UPC	Diploma Tiga
5	Noveldi	Pengelola UPC	Strata Satu
6	Triputri	Pengelola UPC	Strata Satu
7	Abu Zait	Pemegang Gudang	Strata Satu
8	Rulie Sandika	Pengelola UPC	Strata Satu
9	Muhammad Husni	Analisis Kredit Cabang	Strata Satu
10	Andy Novriza	Pengelola UPC	Strata Satu
11	Bambang Kuncuro	Pengelola UPC	Strata Satu
12	Muh. Irfan	Penyimpan BJ	SMA
13	Muin Gultom	Pengelola UPC	SMA
14	Akhmad Rizki	Penaksir Muda	Strata Satu
15	Lusi Anora	Pengelola UPC	Diploma Tiga

Sumber : PT. Pegadaian UPS Simpang Mayang kota jambi

Tabel 5 : Persentase Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Jurusan	Frekuensi	Persentase
Strata Satu	10	66,66%
Diploma Tiga	2	13,33

SMA	3	20
Jumlah	15	100%

Sumber : PT. Pegadaian UPS Simpang Mayang kota jambi

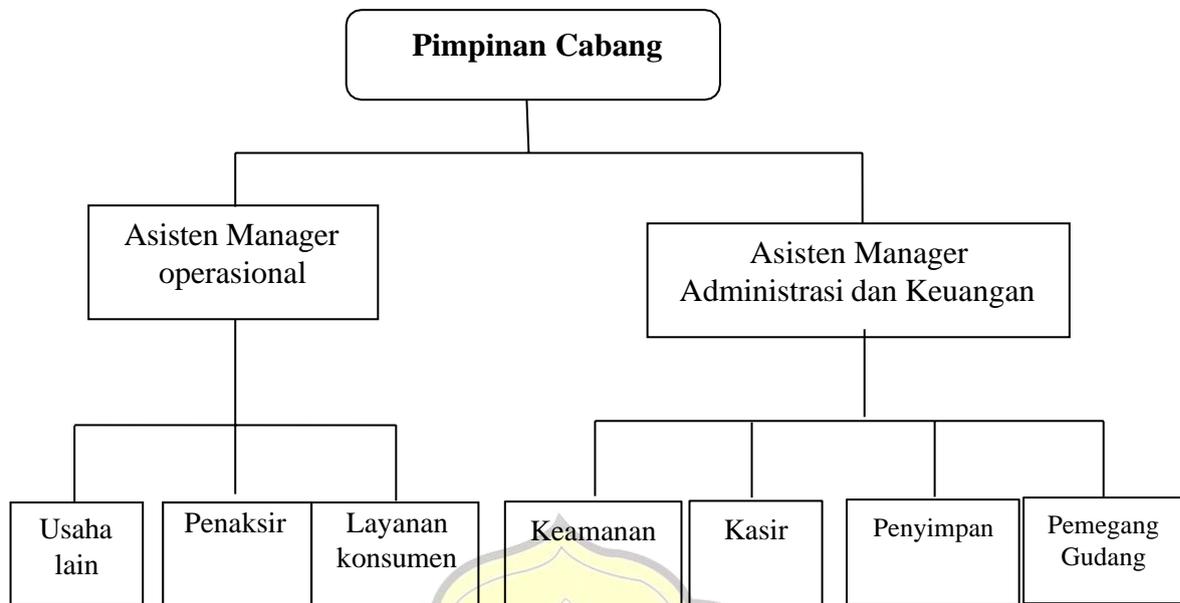
Dari Tabel diatas, terlihat bahwa tenaga pekerja di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi, tenaga pekerja yang ada berjumlah 15 orang, yang terdiri dari sarjana Strata Satu (S1) 10 Orang, Diploma Tiga (D III) 2 Orangn dan SMA 3 Orang, Jadi dapat disimpulkan Bahwa Sebagian besar tenaga pekerja di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang Kota Jambi adalah sarjana strata satu.

4.1.6. Struktur Organisasi PT. Pegadaian

Pengorganisasian merupakan proses penciptaan hubungan antara komponen organisasi dengan tujuan agar segala kegiatan diarahkan pada pencapaian tujuan organisasi. Dalam pelaksanaan tugasnya, PT. Pegadaian mempunyai fungsi-fungsi setiap jabatan dalam struktur organisasi yang disertai dengan tanggung jawab dan wewenang dari setiap jabatan tersebut, seperti yang terlihat dalam 4.1 di bawah ini:

Gambar 2

STRUKTUR ORGANISASI PT PEGADAIAN



Adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Cabang

Tugas pokoknya adalah :

- a. Menyiapkan rencana kerja dan anggaran Kantor Cabang berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
- b. Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha inti, operasional usaha lain, penatausahaan barang jaminan bermasalah, pengelolaan modal kerja dan mengendalikan kebutuhan serta penggunaan sarana dan prasarana Kantor Cabang.

Tanggung jawabnya adalah :

- a. Menyusun proggm kerja operasional dengan baik dan benar.

- b. Menyalurkan uang pinjaman, pembayaran umg kelebihan dan kewajiban pembayaran lainnya.
- c. Menjalinnya hubungan yang baik dengan nasabah dan masyarakat.
- d. Menyelenggarakan administrasi kantor yang benar, pembinaan bawahan secara obyektif dan berkelanjutan serta mengusulkan promosi dan mutasi jabatan.
- e. Menyampaikan laporan pertanggung jawaban tugas pekerjaan serta laporan perkembangan operasional Kantor Cabang.

2. Asisten Manajer Operasional

Tugas pokoknya adalah :

- a. Merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan dan mengawasi operasional usaha inti dan usaha lain.
- b. Menangani barang jaminan bermasalah
- c. Mengkoordinasi pelaksanaan tugas pekerjaan bawahan
- d. Membimbing bawahan dalam rangka pembinaan pegawai.

Tanggung jawabnya adalah :

- a. Menyiapkan proggm kerja operasional cabang dengan baik dan benar.
- b. Menyatakan uang pinjaman sesuai target yang telah ditetapkan dan kewajiban pembayaran lainnya.
- c. Menyelenggarakan lelang secara transparan dan realistis.
- d. Mewujudkan hubungan baik dengan nasabah dan masyarakat.
- e. Mengasuransikan barang jaminan nasabah secara utuh dan baik.
- f. Menertibkan pelaksanaan tugas pekerjaan.

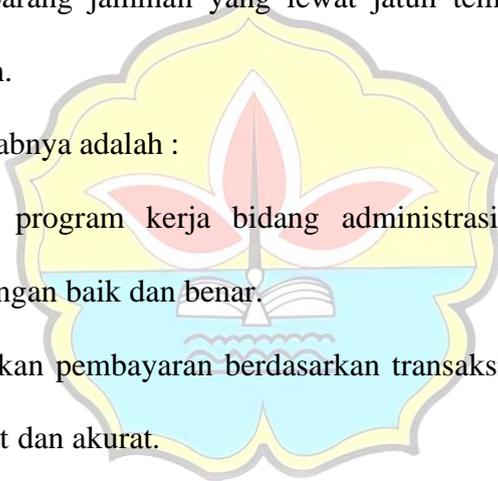
3. Asisten Manajer Administrasi dan Keuangan

Tugas pokoknya adalah :

- a. Merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi penerimaan serta pengelolaan modal kerja.
- b. Mengawasi pelaksanaan penerimaan uang pelunasan, pembayaran kredit, uang kelebihan lelang dan kewajiban lainnya.
- c. Melaksanakan, dan mengawasi kebutuhan dan penggunaan sarana dan prasarana kebersihan, ketertiban, dan keamanan Kantor Cabang.
- d. Merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi administrasi barang jaminan, barang jaminan yang lewat jatuh tempo, dan barang jaminan bermasalah.

Tanggung jawabnya adalah :

- a. Menyusun program kerja bidang administrasi dan keuangan Kantor Cabang dengan baik dan benar.
- b. Melaksanakan pembayaran berdasarkan transaksi dan dokumen yang sah secara tepat dan akurat.



4.2. Tugas Pokok dan Fungsi

Seperti telah dikemukakan dalam hasil penelitian, bahwa tugas pokok PT. Pegadaian adalah menyalurkan uang pinjaman kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. Selain itu Perum Pegadaian juga memiliki usaha lain sebagai hasil pengembang usahanya, yang telah dapat meningkat pendapatan usahanya. Pengembangan usaha di daerah adalah wewenang dan tanggung jawab pimpinan

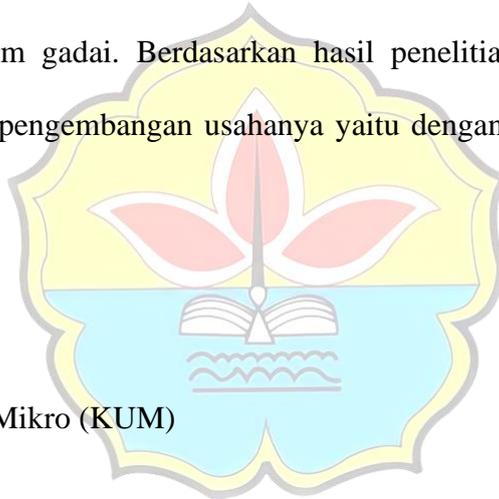
wilayah. Dengan menggunakan data ekstern yang berhasil dikumpulkan dan diolah pada kantor wilayah di Jakarta.

Dalam kaitannya dengan kegiatan pengembangan usaha yang dilakukan di wilayah kerja kantor wilayah di Jakarta, maka tugas pokok dan fungsi kantor wilayah, serta kantor cabang yang ditugaskan untuk melakukan pengembangan usaha, bertambah dengan tugas pokok dan fungsi pelaksanaan yang berhubungan dengan penjualan produk barunya.

4.3. Pengembangan Usaha PT. Pegadaian

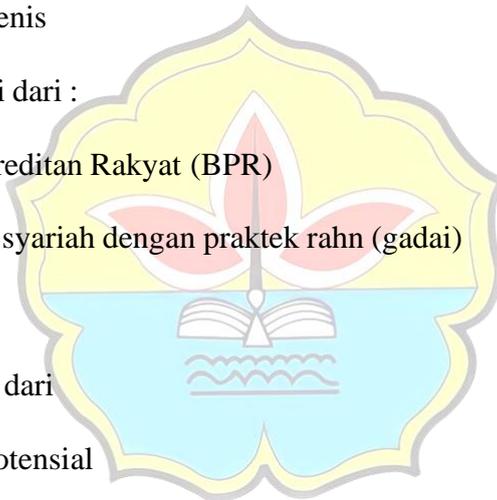
PT. Pegadaian yang mempunyai tugas pokok menyalurkan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Berdasarkan hasil penelitian penulis ternyata telah dapat melakukan pengembangan usahanya yaitu dengan peluncuran produk baru berupa :

1. Jasa Taksiran
2. Jasa Titipan
3. Kredit Usaha Mikro (KUM)
4. Gadai Gabah
5. Unit Toko Emas



Seluruh produk baru tersebut dewasa ini telah dapat menambah pendapatan perusahaan. Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian penulis terhadap hasil pengembangan usaha yang dilakukan oleh Perum Pegadaian Kantor Wilayah di Jakarta adalah sebagai hasil perencanaan yang memanfaatkan ekstern perusahaan, yaitu meliputi :

1. Lingkungan Mikro, yang terdiri dari :
 - a. Kemampuan seluruh unit kerja dalam menyusun perencanaan pemasaran.
 - b. Pemasok dan pesaing produk sejenis yaitu perusahaan lain yang juga menyalurkan kredit gadai.
 - c. Pelanggan yaitu nasabah yang selama ini memanfaatkan produk Perum Pegadaian.
2. Lingkungan Makro, terdiri dari :
 - a. Pemilik modal
 - b. Perizinan usaha sejenis
 - c. Produk sejenis
3. Pesaing, terdiri dari :
 - a. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)
 - b. Perbankan syariah dengan praktek rahn (gadai)
 - c. Koperasi
4. Pesaing terdiri dari
 - a. Nasabah potensial
 - b. Masyarakat



4.4. Karakteristik Reponden

Agar dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang maka dilakukan survei dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan PT. Pegadaian yang disebarkan kepada

50 pelanggan berikut karakteristik responden yang ada di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.

Tabel 6 : Data Responden

Karakteristik Responden

No.	Nama Pelanggan	Jenis Kelamin
1	Fadilatul Husna	Perempuan
2	Tri Widias tuti	Perempuan
3	Apriliyanai Rahaman	Perempuan
4	Meli Susanti	Perempuan
5	Mariyani	Perempuan
6	Debi Murdanti	Perempuan
7	Beta Aditiya Rahman	Laki-laki
8	Dian Ari Karunia	Perempuan
9	Nurul Ikhsan	Perempuan
10	Reza Ariesta	Laki-laki
11	Winovra	Perempuan
12	Suparni	Perempuan
13	Dian Astuti	Perempuan
14	Rizki Gusyanti	Perempuan
15	Mitha Septa vani	Perempuan
16	Karina Salsabilah	Perempuan
17	Delva Yulianti	Perempuan
18	Widiya Melinda Saputri	Perempuan
19	Gustika Vonika	Perempuan
20	Herman Pandapotan	Laki-laki
21	Ronaldo Thomas	Laki-laki
22	Debi Puji Astuti	Laki-laki
23	Dewi Ayu Amelia	Perempuan
24	Vincatia Veni Vera	Perempuan
25	Septi Wardani	Perempuan
26	Risti Gusanti	Perempuan
27	Uci Amelia	Perempuan
28	Triza Susana	Perempuan
29	Destia Andri	Laki-laki
30	Julia Dwi Wulani	Perempuan
31	Hana Pratiwi	Perempuan
32	Aisah Septi Amalia	Perempuan
33	Nurul Febriyanti	Perempuan
34	Bese Mariyana	Perempuan

35	Ruli Yanti	Perempuan
36	Ike Lestari	Perempuan
37	Desi Anggara Dayana	Perempuan
38	Tuti Faal	Perempuan
39	Wahyu Prasetyo	Lak-laki
40	Fandi Dwi	Laki-laki
41	Siti Nurjanna	Perempuan
42	Agus	Laki-laki
43	Tina	Perempuan
44	Mahmudi	Laki-laki
45	Septi Anugrah	Perempuan
46	Uni Khoirani	Perempuan
47	Melani Widyanti	Perempuan
48	Rijal Afandi	Laki-laki
49	Arif S	Laki-laki
50	M. Soleh	Laki-laki

Berikut ini dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 7 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	13	33,8%
Perempuan	37	74%
Jumlah	50	100%

Berdasarkan tabel 5 diatas, terlihat bahwa dari 50 responden yang terpilih, Ternyata lebih banyak kaum perempuan dari pada laki-laki yaitu sebanyak 37 orang atau 74% sedangkan untuk kaum laki-laki hanya 13 Orang atau 33,8%.

4.5. Hasil Penelitian

4.5.1. Analisis Terhadap Dimensi Bukti Langsung (*Tangible*)

Kepuasan pelanggan terhadap sarana dan prasarana saat melayani pelanggan dianalisis berdasarkan dimensi *tangible* yaitu berhubungan dengan peralatan fisik yang tersedia, kesiapan 2 buah komputer monitor yang digunakan dalam proses melayani pelanggan, Penilaian responden terhadap dimensi *tangible* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8 : Penilaian Responden Pada dimensi *tangible*

SB		B		CB		KB		STB		N	Skor	Rata	TCR
F I	%	F i	%	F i	%	F I	%	F i	%				
8	16	17	34	11	22	11	22	3	6	50	166	3,32	66,40
17	34	20	40	5	10	8	16	0	-	50	196	3,92	78,40
24	48	16	32	7	14	3	6	0	-	50	211	4,22	84,40
18	36	29	58	3	6	0	-	0	-	50	215	4,30	86,00
67	134	82	164	26	52	22	44	3	6	200	788	16	315
17	34	21	41	7	13	6	11	1	2	50	197	4	79

Kelengkapan sarana dan prasarana bagi suatu perusahaan merupakan faktor yang penting dalam menunjang proses melayani pelanggan agar tetap berjalan dengan lancar. Oleh karena itu kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana yang diberikan pihak perusahaan, akan menjadi unsur yang sangat menentukan.

Peralatan modern yang tersedia, sebagian besar konsumen menilai indikator ini Cukup Baik dengan nilai pencapaian sebesar 66.40 % dengan demikian dapat dikatakan pencapaian pada item pernyataan ini adalah cukup baik. Salah satu kekurangan dalam unsur pelayanan yang berhubungan dengan peralatan modern ini adalah komputer yang tersedia masih sangat sedikit yaitu 2 buah. Hal ini mungkin disebabkan karena keterbatasan dana yang ada.

Berdasarkan pernyataan No.2 PT.Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang memiliki fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan, berdasarkan pengamatan yang dilakukan fasilitas yang tersedia ruang tunggu seperti kursi nilai pencapaian 78,40 % dengan nilai pencapaian Cukup Baik.Kursi merupakan peralatan yang sangat penting dalam proses pelanggan saat menunggu atau mengantri.

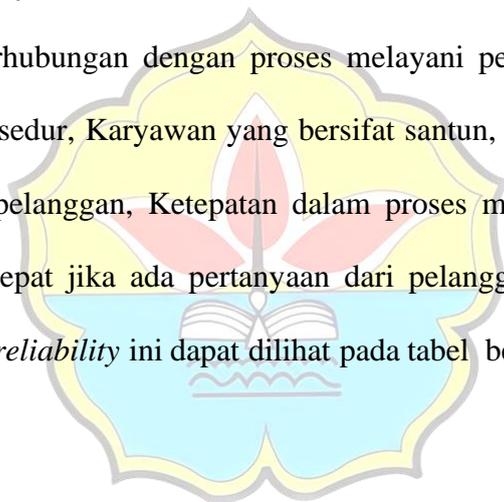
Berdasarkan Pernyataan No.3 Kerapian dan penampilan karyawan dalam bekerja, 24 orang responden menilai sangat Baik, 16 orang responden menilai Baik, 7 orang responden menilai cukup baik, 3 orang responden menilai kurang baik, Setiap karyawan yang bekerja diwajibkan berpenampilan rapi dengan menggunakan pakaian yang telah ditetapkan atau bebas tapi sopan. Pada sub indikator ini responden menilai sudah baik dengan tingkat capaian responden sebesar 84,40 % dengan nilai pencapaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa semua karyawan sudah berpakaian rapi pada saat bekerja. Penampilan yang rapi dari para karyawan menunjukkan *image* atau citra yang baik di mata pelanggannya.

Berdasarkan Pernyataan No.4 Kemampuan menyampaikan materi dalam proses pelayanan kepada pelanggan. Menurut sebagian pelanggan menilai

baik, dengan capaian responden 86,00% dengan nilai pencapaian baik. Karyawan yang ada di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang berjumlah 16 orang, dan sebagian besar karyawannya adalah sarjana strata satu (SI) yang berjumlah 9 orang dan sebagiannya lagi hanya lulusan Diploma Tiga (D III), dan SMA. Dalam Penyampaian materi karyawan harus mampu mengasosiasikan materi yang menarik agar pelanggan merasa puas dan pada sub indikator ini pelanggan menilai baik.

4.5.2. Analisis Terhadap Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Kinerja karyawan dianalisis berdasarkan dimensi *reability* (keandalan). *Reliability* ini berhubungan dengan proses melayani pelanggan yang dilakukan sesuai dengan prosedur, Karyawan yang bersifat santun, Kesesuaian waktu dalam proses melayani pelanggan, Ketepatan dalam proses melayani pelanggan, serta penjelasan yang tepat jika ada pertanyaan dari pelanggan. Penilaian responden terhadap dimensi *reliability* ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :



Tabel 9 : Penilaian Responden Pada dimensi *reliability*

SB		B		CB		KB		STB		N	Skor	Rata	TCR
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
I		I		I		i		i					
31	62	12	24	6	13	1	2	0	-	50	223	4,46	89,20
30	60	12	24	6	12	2	4	0	-	50	220	4,40	88,00
32	64	12	24	3	6	3	6	0	-	50	223	4,46	89,20
18	36	19	38	11	22	2	4	0	-	50	203	4,06	81,20
9	18	30	60	4	8	7	14	0	-	50	191	3,82	76,40
120	240	85	170	30	60	15	30	0	0	250	1060	21	424
24	48	17	34	6	12	3	6	0	0	50	212	4	85

Dari tabel diatas, rata-rata pada dimensi *reliability* ini responden menjawab baik untuk semua sub indikator. Untuk penilaian pada atribut proses melayani pelanggan yang dilakukan sesuai dengan prosedur. 31 responden menjawab sangat baik, 12 orang menilai baik, sedangkan untuk 6 orang responden menilai cukup baik, dan 1 orang responden lainnya menjawab kurang baik. Dengan tingkat capaian responden sebesar 89,20 % dengan nilai pencapaian baik atau berada pada kategori baik.

Sikap santun yang diberikan karyawan dalam menyelesaikan pelayanan ke pelanggan, 30 orang responden menilai sangat baik, 12 orang responden menilai baik, 6 orang responden menilai cukup baik, 2 orang responden menjawab kurang baik.

Hal ini menunjukkan bahwa sikap santun yang diberikan karyawan sudah baik dinilai siswa dengan tingkat capaian responden sebesar 88,00 % dengan nilai pencapaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan staf administrasi dalam menyelesaikan pelayanan kepada pelanggan sudah cukup baik.

Karyawan selalu hadir tepat waktu dalam proses melayani pelanggan dinilai responden baik dengan tingkat capaian responden 89,20 % dengan nilai pencapaian baik. Pada sub indikator ini, ketepatan waktu dalam proses melayani pelanggan harus diperhatikan dengan baik, karena kehadiran karyawan yang tepat waktu menandakan bahwa karyawan tersebut bertanggung jawab. Apabila karyawan masih ada yang belum bisa datang tepat waktu atau disiplin, maka proses melayani pelanggan akan terhambat dan tidak berjalan dengan baik.

Pada atribut ketepatan proses melayani pelanggan dengan jadwal yang dijanjikan, 18 orang responden menjawab sangat baik, 19 orang responden menjawab baik, dan 11 orang lainnya menilai cukup baik dan 2 orang responden menilai kurang baik. Pada indikator ini nilai responden 81,20 % dengan nilai pencapaian baik. Hal ini berarti responden sudah merasa puas terhadap ketepatan proses melayani pelanggan yang diberikan pihak perusahaan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan.

Penjelasan yang jelas dan tepat dari karyawan jika ada pertanyaan pelanggan, dinilai cukup baik oleh responden dengan tingkat capaian TCR 76,40 % dengan nilai pencapaian cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa penjelasan atau jawaban dari pihak karyawan jika ada pertanyaan pelanggan, masih cukup baik dirasakan pelanggan.

4.5.3. Analisis Terhadap Dimensi Tanggapan (*Responsiveness*)

Kinerja Karyawan dianalisis berdasarkan dimensi *responsiveness* yaitu berhubungan dengan karyawan yang selalu memberikan informasi yang jelas, Karyawan yang selalu ramah dalam melayani pelanggan, perhatian dari karyawan, dan karyawan mampu melayani pelanggan dengan baik. Penilaian responden terhadap dimensi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10 : Penilaian Responden Terhadap Dimensi *Responsiveness*

SB		B		CB		KB		STB		N	Skor	Rata	TCR
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
I		i		I		I		i					
7	14	22	44	13	26	8	16	0	-	50	178	3,56	71,20
14	28	27	54	4	8	5	10	0	-	50	200	4,00	80,00
15	30	27	54	3	6	5	10	0	-	50	202	4,04	80,80
12	24	16	32	16	32	6	12	0	-	50	184	3,68	73,60
48	96	92	184	36	72	24	48	0	0	200	764	15	306
12	24	23	46	9	18	6	12	0	0	50	191	4	76

Pada atribut karyawan yang selalu memberikan informasi kapan pelayanan diberikan, 7 orang responden menilai sangat baik, 22 orang responden menilai baik, 13 orang responden menilai cukup baik, dan 8 orang responden menilai kurang baik. Hal ini berarti kecepatan dan kesegaran karyawan dalam memberikan informasi dari pihak perusahaan sudah cukup memuaskan

pelanggannya dengan tingkat capaian responden sebesar 71,20 % dengan nilai pencapaian cukup baik.

Berdasarkan Pernyataan no.2. karyawan yang selalu ramah dalam melayani pelanggan, 14 orang responden menilai sangat baik,27 responden menilai baik,4 responden menilai cukup baik, Dan 5 responden menilai kurang baik dengan tingkat pen capaian responden 80,00 % dengan nilai pencapaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya sudah baik dirasakan oleh pelanggannya.

Berdasarkan Pernyataan no.12 Perhatian dari staf karyawan dalam membantu pelanggan, 15 responden menilai sangat baik,27 responden menilai baik,3 responden menilai cukup baik,5 responden menilai kurang baik, Dengan tingkat pencapaian 80,80 % dengan nilai pencapaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa kepentingan karyawan dalam membantu pelanggan dapat mengurangi beban yang dialami oleh pelanggan.

Berdasarkan Pernyataan no.13 karyawan memiliki kesiapan menanggapi permintaan pelanggan dengan baik, 12 responden menilai sangat baik,16 responden menilai baik,16 responden menilai cukup baik, Dan 6 responden menilai kurang baik, Dengan tingkat pencapaian TCR 73,60 % dengan nilai pencapaian cukup baik. Hal ini berarti masih ada pelanggan yang merasa kurang puas terhadap karyawan yang melayani pelanggan dengan bai

4.5.4. Analisis Terhadap Dimensi Empati (*Empathy*)

Kepuasan pelanggan terhadap sistem pelayanan dianalisis berdasarkan dimensi *empathy*. Penilaian pada dimensi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11 : Penilaian responden pada dimensi *empathy*

SB		B		CB		KB		STB		N	Skor	Rata	TCR
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
I		i		i		i		i					
8	16	31	62	4	8	7	14	0	-	50	190	3,80	76,00
15	30	20	40	6	12	9	18	0	-	50	191	3,82	76,40
7	14	23	46	11	22	9	18	0	-	50	178	3,56	71,20
9	18	34	68	5	10	2	4	0	-	50	200	4,00	80,00
11	22	8	16	10	20	21	42	0	-	50	130	2,60	52,00
50	100	116	232	36	72	48	96	0	0	250	889	18	356
10	20	23	46	7	14	10	19	0	0	50	178	4	71

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan no.14 perhatian individual di dalam ruangan dari karyawan menunjukkan bahwa 8 responden menilai sangat baik, 31 orang responden menilai baik, 4 responden menilai cukup baik, dan 7 responden menilai kurang baik. Dengan tingkat pencapaian TCR 76,00% dengan nilai pencapaian cukup baik. Hal ini berarti perhatian individual karyawan di dalam ruangan masih cukup baik dirasakan oleh pelanggan. Perhatian individual di dalam ruangan perlu diberikan karyawan kepada pelanggannya, karena dengan begitu karyawan dapat memahami apa saja yang dibutuhkan oleh masing-masing pelanggan.

Berdasarkan pernyataan no.15 , Karyawan menghadapi pelanggan dengan penuh rasa peduli,15 reponden menilai sangat baik,20 baik,6 responden menilai

cukup baik, dan 9 responden menilai kurang baik. Dengan capaian TCR 76,40% dengan nilai pencapaian cukup baik. Ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan karyawan menghadapi pelanggan dengan penuh rasa peduli seperti karyawan dalam menangani urusan administrasi, seperti mengolah data pelanggan.

Berdasarkan Pernyataan no.16 karyawan memperhatikan kepentingan terbaik pelanggan, 7 responden menilai sangat baik, 23 responden menilai baik, 11 responden menilai cukup baik, Dan 9 responden menilai kurang baik, Dengan tingkat pencapaian TCR 71,20% dengan nilai capaian cukup baik. Kemampuan melayani pelanggan yang baik serta menguasai materi menyampaikan dengan benar merupakan bagian yang penting dari proses melayani pelanggan karena sangat berpengaruh terhadap hasil kepuasan pelanggan. Pada sub indikator ini, pelanggan sudah merasa cukup puas dengan kemampuan karyawan dalam memperhatikan kepentingan pelanggan.

Pada atribut pihak perusahaan yang memperhatikan kebutuhan para pelanggannya setiap orang responden menilai baik, dengan tingkat capaian responden sebesar 80,00% dengan nilai capaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan sudah sepenuhnya memperhatikan kebutuhan dari pelanggannya.

Untuk sub indikator yang terakhir dari dimensi *empathy*, yaitu pihak perusahaan memberikan jam bisnis yang nyaman kepada pelanggannya dinilai responden sangat tidak baik dengan tingkat capaian responden 52,00% dengan nilai capaian sangat tidak baik.

4.5.5. Analisis Terhadap Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Kualitas pelayanan jasa terhadap keamanan dan kenyamanan dianalisis berdasarkan dimensi *assurance*, dimana dimensi ini menyangkut tingkat kejujuran karyawan, kenyamanan dan keamanan pada waktu proses dalam ruangan, karyawan yang selalu bersikap sopan dalam memberikan pelayanan, serta wawasan dan pengalaman karyawan PT.Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang kota jambi. Penilaian responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*) dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 12 : Penilaian responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*)

SS		S		N		ST		STS		N	Skor	Rata	TCR
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
I		i		I		i		i					
6	12	23	46	4	8	17	34	0	-	50	168	3,36	67,20
6	12	24	48	11	22	9	18	0	-	50	177	3,54	70,80
12	24	47	94	15	30	26	52	0	-	100	345	6,90	138,00
6	12	23,5	47	7,5	15	13	26	0	-	50	173	3,45	69,00

Dari tabel di atas, pada atribut karyawan selalu membuat pelanggan merasa aman dalam memberikan pelayanan kepada pelangganya, 6 responden menilai sangat baik, 23 responden menilai baik, 4 orang responden menilai cukup baik, dan 17 responden menilai kurang baik. Hal ini berarti bahwa tingkat kejujuran karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya dinilai sudah cukup baik dengan TCR 67,20 %. Meskipun sudah dinilai pelanggan dengan

cukup baik, tapi tetap perlu dipertahankan agar kedepannya pelanggan terus merasa aman.

Pada atribut kesantunan karyawan saat melayani pelanggan pada waktu proses melayani pelanggan, 6 orang responden menilai sangat baik, 24 responden menilai baik, 11 responden menilai cukup baik, dan 9 responden menilai kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kesantunan pada waktu proses melayani pelanggan dinilai cukup baik dengan capaian TCR 70,80% dengan nilai pencapaian cukup baik.

4.6.Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan jasa pelanggan di PT.Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang dalam kategori cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari 5 dimensi pelayanan jasa pelanggan empat dimensi sudah dinilai siswa cukup baik seperti pada dimensi *tangible, responsiveness, empathy, dan assurance* dan satu dimensi dinilai baik oleh responden yaitu pada dimensi *realibility*.

Menurut Munir (2000) pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal ini agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai

dengan harapan mereka. Kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Dari seluruh defenisi tentang pelayanan tersebut di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan maupun organisasi dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain pelanggan akan merasa puas jika kenyataan pelayanan yang diperolehnya berada di atas harapannya, atau paling tidak sama dengan antara harapan pelayanan yang diperoleh dengan kenyataan pelayanan yang diterimanya.

Pada dimensi jaminan (*assurance*) dinilai responden memiliki nilai yang paling rendah dengan rata-rata TCR 69%.Dimensi *assurance* memiliki nilai yang paling rendah karena pada dimensi ini masih banyak kekurangan pada sub indikatornya seperti kurangnya keamanan,kenyamanan,kesopanan karyawannya.

Dari kelima dimensi pelayanan di atas,terlihat bahwa pada dimensi keandalan (*reability*) merupakan dimensi yang dinilai responden/pelanggan memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 85% atau dalam kategori baik karena pada dimensi ini karyawan baik dalam memberikan layanan sesuai dengan yang

dijanjikan,karyawan dapat membantu menangani masalah pelanggan,karyawan melakukan pelayanan saat pertama pelanggan datang, Dan karyawan menyediakan layanan waktu yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan yang pula pada sebuah perusahaan, semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin puas pelanggan yang datang ke PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab sebelumnya dapat disimpulkan mengenai peranan pelayanan jasa pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pelayanan Jasa pelanggan yang diberikan pihak PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang sudah cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kekurangan yang perlu diperbaiki seperti jumlah komputer yang terlalu sedikit khususnya untuk melayani pelanggan, karyawannya juga sedikit dalam melayani pelanggan, dan lainnya.
2. Pelaksanaan pelayanan jasa pelanggan di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari lima dimensi yang ada, dari 5 dimensi pelayanan jasa pelanggan empat dimensi sudah dinilai pelanggan cukup baik seperti pada dimensi *tangible, responsiveness, empathy, dan assurance* dan satu dimensi dinilai baik oleh responden yaitu pada dimensi *reability dengan TCR 85%*. Hal ini tidak terlepas adanya kebijakan pimpinan perusahaan.

Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan yang pula pada sebuah perusahaan, semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin puas pula para pelanggan yang datang ke PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang.

5.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan peneliti memberikan beberapa saran di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Kepada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang hendaknya dapat memperbaiki pelayanan yang diberikan dari segi tangible, reability, responsiveness, empathy dan assurance pada tingkat pencapaian yang optimal seperti memberikan jaminan keamanan kepada pelanggan dan memberikan kesantunan dalam melayani pelanggan.
2. Kepada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi khususnya penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pembelajaran baru khususnya mengenai peranan pelayanan jasa pelanggan pada PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang .
3. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis, karena masih banyak variabel lain yang bisa diteliti seperti “kebijakan pimpinan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan jasa pelanggan di PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang .

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. Prof. Drs. H. 2011. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. alfabeta : Bandung.
- Candra, Gregorius. 2005. *Strategi dan program pemasaran*. Andi : Yogyakarta.
- Khotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran edisi kesebelas jilid 2*. PT. Indeks Gramedia : Jakarta.
- 2008. *Manajemen pemasaran edisi ketigabelas jilid 1*. Erlangga : Jakarta.
- 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas jilid 2*. Erlangga : Jakarta.
- Mursid, M. Drs. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara : Jakarta
- Payne, Adrian. 2000. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Riduwan. 2007. *Belajar Mudah Penelitian*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi – 3*. Andi : Yogyakarta
- Umar, Husain. 2009. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Pers : Jakarta



Lampiran 1

KUISIONER PERNYATAAN RESPONDEN

Kepada responden yth, guna untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi saya. Saya Mohon bantuan dan kesediaan anda untuk mengisi daftar pertanyaan berikut dengan memberikan jawaban yang jujur dari seluruh pertanyaan dibawah ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

a. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Tingkat pendidikan:
5. Pekerjaan :

b. Alternatif jawaban Pelayanan

1. Sangat Tidak Baik (STB)
2. Tidak Baik (TB)
3. Cukup Baik (CB)
4. Baik (B)
5. Sangat Baik (SB)



Kuesioner Pelayanan jasa

NO	Pertanyaan <i>Tangible</i> (bukti langsung)	STB	TB	CB	B	SB
1.	PT. Pegadaian menyediakan peralatan yang modren					
2	PT. Pegadaian memiliki fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan					
3	PT. Pegadaian memiliki karyawan yang berpenampilan menarik rapi dan profesional					
4	PT. Pegadaian memberikan materi pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan					
B	Pernyataan <i>Realibility</i>(keandalan)	STB	TB	CB	B	SB
5	PT.Pegadaian memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan					
6	PT.Pegadaian dapat membantu menangani masalah pelanggan					
7	PT. Pegadaian melakukan pelayanan saat pertama pelanggan datang					
8	PT. Pegadaian menyediakan waktu pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan					
9	PT. Pegadaian memberikan kesempatan kepada pelanggan mencatat segala sesuatu yang belum di pahami pelanggan					
C	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	STB	TB	CB	B	SB
10	PT. Pegadaian selalu memberikan informasih kapan pelayanan diberikan					
11	PT. Pegadaian memberikan layanan yang ramah pada pelanggan					
12	PT. Pegadaian memiliki keinginan untuk membantu pelanggan					
13	PT. Pegadaian memiliki kesiapan menanggapi permintaan pelanggan					

D	<i>Empati (empati)</i>	STB	TB	CB	B	SB
14	PT. Pegadaian memperhatikan pelanggan secara individu					
15	PT. Pegadaian mengahapi pelanggan denga penuh rasa peduli					
16	PT. Pegadaian sangat memperhatikan kepentingan terbaik pelanggan					
17	PT. Pegadaian memiliki karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan					
18	PT. Pegadaian memiliki jam bisnis yang nyaman					
E	<i>Assurance (Jaminan)</i>	STB	TB	CB	B	SB
19	PT. Pegadaian selalu membuat pelanggan merasa aman					
20	PT. Pegadaian selalu memberikan pelayanan yang santun.					



Lampiran 2: Skor Hasil Angket Pelayanan Jasa PT. Pegadaian Cabang UPS Simpang Mayang

No	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total skor	
		Tangible				Reliability				Responsiveness				Empati				Assurance					
1	Fadilatul Husna	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	87
2	Tri Widias tuti	5	4	5	4	5	5	5	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	78
3	Apriliyanai Rahaman	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	3	3	3	88
4	Meli Susanti	5	2	5	4	5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	88
5	Mariyani	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	3	3	3	86
6	Debi Murdanti	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	90
7	Beta Aditiya Rahman	3	4	5	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	3	3	81
8	Dian Ari Karunia	4	2	5	4	4	5	5	4	4	2	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	82
9	Nurul Ikhsan	3	4	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	86
10	Reza Ariesta	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	89
11	Winovra	3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	5	81
12	Suparni	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	83
13	Dian Astuti	1	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	81
14	Rizki Gusyanti	2	5	5	4	4	5	2	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	79
15	Mitha Septa vani	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	2	4	2	2	4	2	2	2	75
16	Karina Salsabilah	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	83
17	Delva Yulianti	3	5	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	83
18	Widiya Melinda Saputri	4	5	5	4	2	4	2	5	4	4	5	5	2	4	3	4	4	3	4	4	4	77
19	Gustika Vonika	4	2	2	5	4	3	4	5	4	5	3	5	5	4	2	4	4	2	4	4	4	75
20	Herman Pandapotan	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	85
21	Ronaldo Thomas	2	2	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	73
22	Debi Puji Astuti	2	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	2	70
23	Dewi Ayu Amelia	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	78
24	Vincatia Veni Vera	3	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	77
25	Septi Wardani	1	4	5	5	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	67
26	Risti Gusanti	5	2	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	74
27	Uci Amelia	5	2	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	2	2	2	2	73
28	Triza Susana	5	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	4	2	2	2	2	69
29	Destia Andri	2	3	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	64
30	Julia Dwi Wulani	2	4	4	5	3	5	5	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	69
31	Hana Pratiwi	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	77
32	Aisah Septi Amalia	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	81
33	Nurul Febriyanti	4	2	5	3	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	72

34	Bese Mariyana	2	2	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	68
35	Ruli Yanti	4	3	5	4	5	5	5	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	72
36	Ike Lestari	1	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	74
37	Desi Anggara Dayana	2	4	4	3	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	78
38	Tuti Faal	3	4	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	74
39	Wahyu Prasetyo	3	3	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	71
40	Fandi Dwi	4	4	3	4	3	5	5	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	69
41	Siti Nurjanna	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	76
42	Agus	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	81
43	Tina	2	5	3	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	72
44	Mahmudi	2	5	3	3	5	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	69
45	Septi Anugrah	4	5	3	4	5	5	5	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	72
46	Uni Khoirani	4	5	2	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	77
47	Melani Widyanti	4	5	2	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	81
48	Rijal Afandi	3	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	75
49	Arif S	3	5	3	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	2	2	72
50	M. Soleh	5	5	4	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	91
Jumlah		166	196	211	215	223	220	223	201	191	178	200	202	184	190	191	178	200	159	168	177	3873

