

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Bentuk layanan *marketing* yang diterapkan KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* Kota Parepare

Suatu sikap yang wajar ketika nasabah menentukan atau memilih Pegadaian atau Koperasi Serba Usaha (KSU) mana yang dipilih yang pastinya memberikan efek positif terhadap nasabah yang bisa memberikan kemudahan dan keuntungan juga secara bersamaan.

Mengingat pentingnya aspek pelayanan terhadap kepuasan nasabah maka perusahaan harus memberikan pelayanan secara optimal kepada nasabah. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta memperhatikan fakta-fakta yang dapat mendukung terpenuhinya kebutuhan dan keinginan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan unsur untuk mengoptimalkan pencapaian target penjualan yang sangat penting.

Untuk mengetahui kualitas layanan *marketing* yang mempengaruhi nasabah dalam memilih KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare peneliti melakukan wawancara dengan karyawan dan beberapa nasabah yang memiliki tabungan di KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare. Setelah melakukan wawancara, peneliti mendapatkan beberapa kualitas pelayanan (*marketing*) dalam pengambilan keputusan nasabah memilih KSU Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare yaitu disesuaikan dengan kerangka pikir yang sebelumnya sudah di buat oleh peneliti yaitu :<sup>1</sup>

##### 4.1.1 *Tangible* (berwujud)

Dimensi *Tangible* (berwujud) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan personal, dan media komunikasi dalam pelayanan. Jika dimensi ini dirasakan oleh masyarakat sebagai pengguna layanan sudah baik maka masyarakat akan menilai baik

---

<sup>1</sup>Gita crystalia, “Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Pengasih Kabupaten kulon Progo”. (2015).

dan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan pegawai namun sebaliknya jika dimensi ini dirasakan oleh masyarakat buruk, maka masyarakat akan menilai buruk dan tidak akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pegawai. Untuk mengukur dimensi *Tangible* dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan *marketing* di Ksu Aneka Jasa *Rahn Syariah* kota Parepare dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

a. Strategi penyediaan kantor pelayanan

Kenyamanan tempat dalam proses pelayanan sangat penting bagi pengguna layanan. Selain itu tempat pelayanan juga sangat mempengaruhi kualitas pelayanan. KSU Aneka Jasa sebagai penyedia layanan harus memberikan kenyamanan tempat bagi pengguna layanan yang datang (nasabah), dari menyediakan tempat duduk yang disesuaikan dengan ruangan yang ada. Berkaitan dengan kenyamanan tempat pelayanan, karyawan Ksu yang peneliti wawancarai pada tanggal 07-01-2021 mengatakan bahwa :

“Tempat pelayanan dan ruang tunggu disediakan dengan sebaik mungkin dan kebersihannya pun selalu kami jaga”.<sup>2</sup>

Dan kepada beberapa nasabah Ksu yakni ibu Rustam, pak Hariyanto, ibu Suhernah, dan ibu Hadriyani yang peneliti wawancarai pada hari yang sama juga mengatakan bahwa mereka telah nyaman mengenai tempat dan ruang tunggu yang disediakan.

b. *Performance*/karakteristik pelayanan fisik

Disiplin kerja sangat dibutuhkan oleh setiap pegawai/ karyawan dalam melaksanakan pelayanan. Disiplin menjadi persyaratan bagi pembentukan sikap, perilaku, dan tata kehidupan yang akan membentuk kepribadian karyawan yang penuh tanggung jawab dalam bekerja, dengan begitu akan menciptakan suasana kerja yang kondusif dan mendukung usaha

---

<sup>2</sup>Tris Widya Sari, Admin KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, *wawancara* di Lapadde, 07 Januari 2021.

pencapaian tujuan. Apalagi dalam proses pelayanan, karyawan harus disiplin dalam segi waktu maupun disiplin kerja, khususnya dalam mengerjakan keperluan nasabah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ibu Rustam, beliau mengatakan bahwa ;

“Sepengetahuan saya karyawan di sini sudah disiplin dalam melakukan pelayanan dek, karena karyawan di sini melayani dengan baik dan pelayanan dilakukan sampai urusan selesai”.<sup>3</sup>

Selanjutnya kak Suriyanti S.Pd selaku Manager *Rhan Syariah* menambahkan :

“karyawan di sini disiplin dek, kami melayani nasabah sesuai dengan antrian kedatangan. Kami melayani siapa duluan yang datang ke kantor untuk mengurus keperluannya”.<sup>4</sup>

Disiplin merupakan modal dasar yang harus dimiliki oleh karyawan terutama dibagian pelayanan guna menunjukkan kinerja, sikap, perilaku dan pola kehidupan yang baik. Disiplin dilakukan agar pengguna layanan puas dengan apa yang karyawan kerjakan.

#### 4.1.2 *Reliability* (keandalan)

Dimensi *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan unit pelayanan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Dimensi *Reliability* (keandalan) ini juga merupakan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan secara tepat waktu dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sesuai dengan prosedur kerja, standar pelayanan, dan waktu yang telah dijanjikan. Pemenuhan pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu, kecakapan dalam pemberian layanan, serta kecakapan

<sup>3</sup>Rustam, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

<sup>4</sup>Suriyanti S. Pd, Manager KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

dalam menanggapi keluhan-keluhan jika ada keluhan yang diterima karyawan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. Pengukuran dimensi *Reliability* (keandalan) dalam mengetahui kualitas layanan di Ksu Aneka Jasa *Rahn Syariah* Kota Parepare ini diukur melalui mempertahankan nasabah dari pesaing, pemberian kepercayaan, kelayakan nasabah, dan complain yang diterima.

Kecermatan atau ketelitian karyawan dalam melayani nasabah sangat penting bagi proses pelayanan. Jika karyawan tidak cermat dalam melayani nasabah maka akan terjadi kesalahan dan menimbulkan pekerjaan baru. Sebagai contoh ketika pegawai salah tulis nama pada KTP, maka karyawan harus mengurus kembali nama yang salah tersebut. Dari ketidakcermatan tersebut maka akan menimbulkan pekerjaan baru yang seharusnya tidak perlu dilakukan oleh karyawan, serta akan menimbulkan penilaian yang kurang baik oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan ini juga yang akan membuat nasabah akan mengajukan complain atau keluhan-keluhan dan tidak menutup kemungkinan nasabah tidak bisa loyal dan informasi-informasi yang diberikan karyawan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap Ksu akan berkurang. Maka dari itu karyawan harus cermat dalam mengerjakan tanggung jawab tugas khususnya yang berkaitan dengan pelayanan agar tercipta pelayanan yang baik dan nasabah akan menilai baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, karyawan Ksu belum cukup cermat atau teliti dalam melayani nasabah.

Menurut ibu Hadriani selaku nasabah Ksu yang peneliti wawancarai, mengatakan bahwa :

“saya pernah mengajukan complain disini, itu juga karena karyawan yang tidak tanggap dan cermat pada saat saya sedang melakukan transaksi dan itu membuat saya menunggu lama disini”.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Hadriani, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

Jelas sekali bahwa karyawan dalam melakukan proses pelayanan harus cermat agar tidak terjadi kesalahan yang mengharuskan nasabah mengurus kembali kesalahan yang dibuat karyawan dikarenakan ketidacermatan karyawan dalam melakukan proses pelayanan.

#### 4.1.3 *Responsiveness* (daya tangkap)

Dimensi *Responsiveness* (daya tangkap) yaitu sikap tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan pelayanan dengan cepat sesuai jangka waktu yang telah dijanjikan. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari karyawan dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini berkaitan dengan akal dan cara berfikir karyawan yang ditunjukkan pada nasabah. Untuk mengukur dimensi *Responsiveness* (daya tangkap) dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di Ksu dapat diukur melalui indikator sebagai berikut ;

##### a. Pemberian informasi dan pelayanan

Karyawan wajib merespon nasabah yang datang. Nasabah akan merasa dihargai oleh karyawan ketika karyawan dapat memberikan respon yang baik. Karyawan merespon dan tanggap dengan nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan ini dibuktikan ketika nasabah yang sudah selesai mendapat pelayanan, karyawan langsung memanggil antrian selanjutnya dan bertanya apa keperluan yang diperlukan dan menjelaskan informasi-informasi yang berkaitan dengan proses-proses pengadaan yang akan dilakukan.

Seperti yang dikatakan ibu Suhernah, bahwa :

“Karyawan disini sudah respon kok dek, ketika saya mengajukan keperluan saya untuk meminjam dana dengan menggadaikan barang saya, karyawan menjelaskan lebih detail tentang proses-prosesnya dan melayani dengan baik”.<sup>6</sup>

Pengguna layanan pasti akan senang jika karyawan respond dan tanggap terhadap keperluan nasabah. Ini akan menjadi penilaian yang baik bagi suatu perusahaan.

Selain respon dan tanggap proses layanan yang cepat dan tepat juga merupakan salah satu penilaian nasabah pada suatu perusahaan. Pelayanan yang tepat merupakan kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan keperluan nasabah sehingga keperluan yang dihadapi nasabah dapat terselesaikan dengan baik dan pada akhirnya kepuasan nasabah tercapai.

Pak Rustam mengatakan bahwa :

“Karyawan selalu melayani dengan cepat dan tepat sehingga saya tidak perlu menunggu lama dalam proses pelayanan. Saya hanya perlu mengisi kertas yang diberikan dan kemudian karyawan mengerjakan yang saya butuhkan”.<sup>7</sup>

Pelayanan yang cepat dan tepat serta pemberian informasi-informasi yang sesuai merupakan hal penting yang harus dilakukan sebagai bentuk *Responsiveness* terhadap nasabah. Jika karyawan sudah memberikan pelayanan dengan cepat dan teliti dan informasi sesuai dengan tersampaikan maka karyawan sudah menjalankan tugas dengan professional sehingga nasabah akan merasa senang.

---

<sup>6</sup> Suhernah, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

<sup>7</sup> Rustam, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

b. Penyelesaian complain

Keluhan akan terjadi jika karyawan tidak melaksanakan proses pelayanan dengan baik. Biasanya ketika ada keluhan masuk secara langsung karyawan menanggapi dan mengucapkan terima kasih dan kemudian dibahas secara bersama.

Ibu Hadriani mengatakan bahwa :

“ketika saya mengajukan complain, karyawan merespon dengan baik. Dan dengan senyuman diwajahnya, Iya mengucapkan terimah kasih atas keluhan saya dan meminta maaf, kemudian dia menyelesaikan keluhan saya dengan segera dan dengan pelayanan yang cukup baik.”<sup>8</sup>

Selanjutnya kak Tris Widya Sari selaku admin, Karyawan KSU mengatakan bahwa ;

“kami selalu mengucapkan terima kasih dengan baik atas keluhan-keluhan yang diberikan nasabah, biasanya kami akan meminta maaf terlebih dahulu atas keluhannya, kemudian kami secara bersama membahas keluhan atas ketidaknyamanan nasabah dan kami akan berusaha menyelesaikan saat itu juga”.<sup>9</sup>

4.1.4 *Assurance* (Kepastian)

Dimensi *Assurance* (kepastian) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan. Kepastian adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk nasabah terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal. untuk mengukur dimensi

---

<sup>8</sup> Hadriani, nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

<sup>9</sup> Suriyanti S. Pd, Manager KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

*Assurance* (kepastian) ini peneliti menggunakan indicator kepastian janji yang dikemukakan.

Karyawan Ksu memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan saat itu juga. Karyawan juga memberikan bukti berupa tanda cek transaksi pegadaian agar ketika dalam proses pembayaran dan atau ketika sudah selesai jangka waktunya langsung bisa diselesaikan dengan baik dan barang yang digadaikan bisa langsung diambil dengan menggunakan tanda bukti yang sudah diberikan kepada nasabah.

Linda Mayang Sari selaku kasir *Rhan Syariah* mengatakan

“kami menyediakan bukti penggadaian dengan menggunakan tanda bukti berupa cek yang ditanda tangani oleh nasabah dan juga saya selaku kasir dan kak Suriyanti selaku manajer kami. Tanda bukti cek itu dipegang oleh kami dan juga satu lagi yang sama dipegang oleh nasabah yang bersangkutan”.<sup>10</sup>

Karyawan harus memberikan jaminan tepat waktu kepada nasabah agar nasabah tidak menunggu lama. Dalam hal jaminan tepat waktu dalam proses transaksi yang dijanjikan karyawan Ksu ibu Rustam mengatakan bahwa :

“kepastian janji mengenai ketepatan waktu saya masih belum terlalu puas lantaran saya pernah menunggu terlalu lama disini, tapi saya tidak pernah menyampaikan hal itu. Itu juga mungkin karena banyaknya nasabah yang dilayani para karyawan”.<sup>11</sup>

#### 4.1.5 *Empathy* (empati)

Dimensi *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan nasabah. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap nasabah dengan menempatkan dirinya pada situasi sebagai pengguna layanan. Untuk mengukur

---

<sup>10</sup> Linda Mayang Sari, Kasir KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, *wawancara* di Lapadde, 07 Januari 2021.

<sup>11</sup> Rustam, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, *wawancara* di Lapadde, 07 Januari 2021.

dimensi *Empathy* (empati) dalam upaya mengetahui kualitas layanan Ksu ini peneliti menggunakan indicator komunikasi pelayanan.

Keramahan karyawan sangat diperlukan dalam proses pelayanan. Jika karyawan ramah maka akan memberikan penilaian yang baik dari nasabah selaku pengguna layanan, karena pada dasarnya semua orang akan menyukai tempat pelayanan yang didalamnya banyak terdapat orang yang ramah. Orang yang ramah berarti orang yang tanggap dengan keperluan orang lain. Selain ramah, sikap sopan santun juga sangat diperlukan karyawan untuk melayani nasabah.

Keramahan dan sikap sopan santun karyawan sangat diperlukan dalam proses pelayanan. Jika karyawan ramah dan sopan maka akan memberikan penilaian yang baik dari nasabah, karena pada dasarnya semua orang akan menyukai tempat pelayanan yang didalamnya banyak terdapat orang yang ramah dan sopan santun. Orang yang ramah berarti orang yang tanggap dengan keperluan orang lain. Ketika peneliti mengamati, karyawan telah memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan santun.

Ibu Suhernah mengatakan bahwa :

“karyawan disini ramah dan sopan santun. Mereka melayani dengan baik itu terlihat dari bahasa tubuhnya yang baik ditambah dengan senyuman dan bahasa yang digunakan, menurut saya itu sudah cukup sopan dan ramah”.<sup>12</sup>

Keramahan dan sikap sopan santun memang sangat penting dimiliki karyawan dalam proses pelayanan melayani nasabah agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Sikap menghargai dan tidak dengan membedakan dalam melayani juga diperlukan dalam hal ini. Sikap ini dapat dilakukan dengan menyapa serta tersenyum dengan nasabah, memberikan penjelasan yang berkaitan dengan keperluan nasabah, dan berusaha agar kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. Sikap ini harus dimiliki oleh

---

<sup>12</sup> Suhernah, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulse, *wawancara* di Lapadde, 07 Januari 2021.

karyawan. Peneliti juga mengamati bahwa karyawan sudah semua memiliki sikap menghargai dan tidak membedakan nasabah. Seperti yang dikatakan Pak Hariyanto bahwa :

“Karyawan disini sudah melayani dan menghargai dek, karena karyawan menanyakan apa keperluan saya, mengerjakan keperluan saya dalam hal pelayanan dan menghargai saya dalam berbicara.”<sup>13</sup>

#### **4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah meminjam dana di KSU Aneka Jasa Rhan Syariah Kota Parepare**

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Kualitas pelayanan KSU berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan keinginan nasabah serta ketetapan penyampaiannya agar sesuai harapan. Apabila pelayanan yang diterima disesuaikan dengan yang diharapkan oleh nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan nasabah akan menjadi berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh nasabah, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian, kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten

Berdasarkan dari hasil wawancara , peneliti dapat menyimpulkan adanya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah meminjam dana di KSU Aneka Jasa Rhan Syariah kota Parepare. Nasabah dalam hal ini memilih berdasarkan dari bentuk pelayanan yang maksimal yang diberikan KSU tersebut kepada mereka.

---

<sup>13</sup> Hariyanto, nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulse, *wawancara* di Lapadde, 07 Januari 2021.

<sup>14</sup>Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi, jasa, manusia, proses, lingkungan, dan yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen baik itu berupa barang dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagai pelanggan. Kualitas pelayanan secara umum harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan , memuaskan kebutuhan mereka. Namun, demikian meskipun defenisi ini berorientasi pada pengguna layanan, tidak berarti bahwa dalam menentukan kualitas pelayanan penyedia jasa pelayanan harus menuruti semua keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pengguna layanan atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Pelayanan yang berkualitas dapat dinilai dari dimensi-dimensi pelayanan sebagai berikut :

a. Dimensi *Tangible* (berwujud).

Dimensi ini merupakan kemampuan suatu penyedia layanan dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabah. Kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang meliputi fasilitas fisik tempat pelayanan tersebut, teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan) serta penampilan atau *performance* pegawai dalam melayani pengguna layanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil.

Pada penelitian ini, dimensi *Tangible* ditentukan oleh indikator-indikator yaitu Strategi penyediaan kantor pelayanan dan *Performance*/karakteristik pelayanan fisik. Pelayanan di Ksu Aneka Jasa *Rhan Syariah* kota Parepare sudah menerapkan dimensi *Tangible* beserta indikatornya. Penilaian kualitas layanan yang sudah berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini antarlain kenyamanan tempat pelayanan dan kedisiplinan pegawai dalam melakukan pelayanan.

---

<sup>14</sup>Gita crystalia, "Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Pengasih Kabupaten kulon Progo". (2015).

Kenyamanan tempat pelayanan sangat mempengaruhi proses pelayanan. Penyedia layanan harus lebih memperhatikan kenyamanan untuk karyawan penyedia layanan karena jika nasabah sebagai pengguna layanan sudah merasa nyaman dengan yang sudah disediakan maka akan berpengaruh baik bagi perusahaan, begitupun sebaliknya. Selain kenyamanan tempat kedisiplinan yakni *performance*/karakteristik pelayanan fisik juga merupakan hal yang berpengaruh besar dalam proses pelayanan kepada nasabah.

b. Dimensi *Reliability* (keandalan).

Dimensi ini kemampuan karyawan yakni penyedia layanan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan sangat membantu nasabah dalam menerima pelayanan dengan cepat dan mudah. Keandalan dapat dilihat dari mempertahankan nasabah dari pesaing, pemberian kepercayaan, keloyalitas nasabah, dan complain yang diterima. Ini dapat diukur melalui kecermatan seorang karyawan dalam melayani nasabah sebagai pengguna layanan.

Pada penelitian ini, dimensi *Reliability* yang diterapkan KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* kota Parepare dalam pelaksanaannya belum sepenuhnya berjalan sesuai harapan nasabah, karyawan masih belum cermat dalam melayani ini terbukti dari adanya complain atau keluhan yang diterima ksu dari nasabah yang dilayani karena ketidakcermatan karyawan yang memberikan layanan.

Dalam pelaksanaan pelayanan, nasabah akan menilai bagaimana kinerja dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan proses pelayanan. Keahlian dan kecermatan karyawan di Ksu sangat diperlukan karena ini akan menjadi penentu keberhasilan pelayanan. Ketidakcermatan karyawan tentunya harus menjadi perhatian penyedia layanan dalam mengoptimalkan kinerja karyawan, karena *standard operating procedure* tidak akan berjalan sesuai dengan tujuan apabila tidak diimbangi dengan keandalan atau kemampuan yakni kecermatan karyawan yang baik dalam melayani nasabah.

c. Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap).

Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) Merupakan kemauan untuk membantu dan memberika pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengguna layanan, dengan penyampaian informasi yang berkaitan dengan keperluan nasabah dengan jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu nasabah dengan baik dan cepat.

Pelayanan di KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* kota Parepare sudah menerapkan dimensi *Responsiveness* beserta indikatornya. Penilaian kualitas layanan yang sudah berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini antara lain merespon setiap nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan, karyaawan melakukan pelayanan dengan cepat dan baik, dan semua keluhan complain nasabah direspon oleh karyawan.

Daya tangkap adalah kesediaan karyawan untuk membantu nasabah dan menyelenggarakan pelayanan secara tepat waktu. Daya tangkap berkaitan dengan ketanggapan karyawan yang akan meningkatkan kenyamanan nasabah, ini sebagai salah satu pendorong keberhasilan pelayanan, daya tangkap pelaksanaan pelayanan akan mempengaruhi hasil kinerja sebab jika pelaksanaan pelayanan didasari oleh sikap, keinginan dan komitmen untuk melaksanakan pelayanan yang baik, maka akan tercipta peningkatan kualitas pelayanan yang semakin baik.

d. Dimensi *Assurance* (kepastian).

Dimensi ini merupakan jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada penyedia jasa. Terdiri dari komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahtamahan karyawan dan kemampuan penyedia jasa yakni Ksu untuk dapat dipercaya dan diyakini.

Pelayanan di KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* kota Parepare sudah menerapkan dimensi *Assurance*, meskipun tidak sepenuhnya nasabah merasa puas

dalam pelayan ini. Ini terbukti dari nasabah merasa menunggu terlalu lama dan membuatnya tidak nyaman namun nasabah tersebut tidak mengajukan complaint karena menurutnya pada saat itu terdapat banyak nasabah-nasabah lain yang ingin dilayani. Penilaian kualitas layanan yang berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini yakni pegawai memberikan jaminan kepastian berupa tanda cek yakni tanda bukti transaksi kepada nasabah.

Jaminan yang diberikan karyawan berkaitan dengan kemampuan karyawan yang memberikan rasa kepercayaan yang tinggi kepada nasabah yakni pengguna layanan, sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan. Jika nasabah sudah diberikan jaminan terkait pelayanan, maka akan menumbuhkan kepercayaan pengguna layanan penyedia layanan.

e. Dimensi *empathy* (empati).

Dimensi ini memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana karyawan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang penggunaa layanan, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi nasabah. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan nasabah secara individual.

Pelayan di KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare sudah menerapkan dimensi empati ini. Penilaian kualitas layanan yang sudah berjalan sesuai harapan nasabah dalam dimensi ini antara lain komunikasi pelayanan yang berjalan dengan baik dengan cara komunikasi karyawan yang melayani dengan sopan dan santun, karyawan tidak diskriminatif atau membeda-bedakan, dan menghargai setiap pengguna layanan yakni nasabah.

Salah satu faktor utama kesuksesan dalam pelayanan adalah keramahan kepada nasabah yang salah satu contohnya tersenyum dan menyapa, dengan senyuman dan sapaan maka nasabah akan merasa bahwa dirinya telah diperhatikan dan dari situ muncul dari dalam hati pengguna layanan bahwa ia akan merasa

nyaman dengan pelayanan yang diberikan karyawan selaku penyedia layanan. Keramahan memang bukan asset, tetapi keramahan adalah kunci sukses untuk karyawan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah.

Dalam proses pelayanan tidak selalu berjalan sesuai dengan yang diharapkan, masih terdapat factor-faktor yang menghambat proses pelayan. Ini terbukti dari adanya complain atau keluhan-keluhan yang diterima dari nasabah selaku pengguna layanan. Selain factor penghambat tentunya terdapat factor pendukung diantaranya yaitu berupa semangat yang diberikan karyawan satu sama lain, berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang membutuhkan pelayanan.

Factor yang mendorong terwujudnya pelaksanaan layanan berkualitas di Ksu Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare adalah penanaman kesadaran melayani nasabah dengan ikhlas sesuai dengan hati nurani. Kesadaran disini maksudnya bahwa karyawan mempunyai tanggung jawab melayani nasabah. Faktor pendukung lainnya adalah dengan adanya fasilitas tempat layanan yang nyaman yang disediakan Ksu untuk para nasabah yang datang sehingga proses layanan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### **4.3 Dampak positif bentuk layanan *marketing* yang diterapkan Ksu Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare**

Nasabah dapat didefinisikan sebagai konsumen yang membeli atau menggunakan produk atau jasa yang dijual atau ditawarkan suatu perusahaan.<sup>15</sup>

Perilaku Nasabah (*Consumer Behavior*) adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan social yang ditampilkan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan dengan sumber-sumber lainnya.

---

<sup>15</sup>Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Cet. 1; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada,2003),h.173.

Perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai raja dalam perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Berdasarkan dari hasil wawancara , peneliti dapat menyimpulkan alasan nasabah memilih KSU Aneka Jasa *Rhan Syariah* Kota Parepare yaitu adanya beberapa faktor yang mempengaruhi mereka dalam memutuskan memilih. Salah satunya pelayanan yang maksimal berkualitas yang diberikan KSU tersebut kepada nasabah.

Sebuah hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan akan tetap langgeng jika melihat pada citra perusahaan serta kepuasan pada layanan. Bagi nasabah kepuasan pada pelayanan merupakan hal yang penting, karena pelayan yang maksimal akan menjadikan bahan pertimbangan utama sebelum melakukan keputusan untuk memilih suatu perusahaan penyedia jasa dalam hal melakukan transaksi keuangan.

Menurut salah satu narasumber yang sudah diwawancarai berpendapat bahwa KSU Aneka jasa *Rhan syariah* Kota Parepare prosedurnya memudahkan nasabah ketika ingin melakukan transaksi sehingga mereka sangat menyukai dengan kemudahan yang diberikan oleh KSU tersebut dan menjadi nasabah yang loyal.

Dalam memenangkan hati nasabah adalah kualitas layanan. Pegadaian syariah sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para

nasabahnya. Makin baik layanan, maka akan semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah. Selain itu penanganan komplain atau keluhan nasabah juga menjadi sebuah alur penting manakala produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat berpengaruh pada kualitas pegadaian syariah itu sendiri. Apabila pelayanan yang diberikan karyawan terhadap nasabah dilakukan dengan baik maka nasabah akan merasa dihargai dan dibantu sehingga akan menambah pelanggan yang lainnya untuk menjadi nasabah namun sebaliknya apabila karyawan tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah maka nasabah akan merasa tidak dihargai sehingga nasabah mengurungkan niatnya untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah tersebut.

Dalam sebuah instansi atau lembaga harus penting yang namanya pelayanan, inilah yang dilihat oleh masyarakat. Dalam melakukan seleksi pemilihan pegadaian syariah, masyarakat akan memperhatikan atau mempertimbangkan kualitas pelayanan pegadaian syariah yang akan dipilih. Kotler, mengkategorikan beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan khususnya dalam bidang perbankan, yaitu<sup>16</sup>:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk dapat memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat dan pasti, berarti bahwa layanan yang diberikan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama dan tanpa kesalahan, kapanpun layanan tersebut diberikan, hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam memenuhi janji, baik tentang penyampaian produk, harga atau penanganan masalah komplain.
2. *Empathy*, yaitu kemampuan untuk memperlakukan konsumen sebagai individu atau penjiwaan dan perhatian yang lebih pribadi

---

<sup>16</sup>[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=layanan+marketing&oq=layanan+marketi#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DWXkaJwZGahoj](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=layanan+marketing&oq=layanan+marketi#d=gs_qabs&u=%23p%3DWXkaJwZGahoj) (diakses pada 20.01.2021), h. 500

kepada konsumen. Bentuk empati antara lain adalah perhatian karyawan, sikap yang menyenangkan dan upaya untuk memperhatikan nasabah.

3. *Assurance*, yaitu jaminan kepastian akan layanan yang diberikan atau kemudahan untuk melakukan suatu transaksi keuangan .
4. *Responsiveness*, yaitu kemampuan untuk bisa menolong konsumen
5. *Tangible*, yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan berbagai media komunikasi.

Pelayanan yang ada di sebuah perusahaan tempat mereka bertransaksi sangat nyaman, ramah dan pelayanan jasa yang lainnya sangat baik. Transaksi berbagai produk sangat menguntungkan bagi nasabah dan tidak memberatkan nasabah. Pelayanan yang baik juga akan memberikan kepercayaan terhadap perusahaan itu sendiri.

Salah satu narasumber mengatakan selama ia menjadi nasabah tidak ada karyawan yang memberikan pelayanan kurang nyaman. Malah karyawan tersebut memberikan pelayanan jasa sangat baik, nyaman dan ramah serta tidak mengulur-ngulur waktu dalam menyelesaikan urusan.<sup>17</sup>

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan yang memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah menjadi salah satu faktor nasabah tersebut untuk tetap loyal kepada KSU yang dipercayakan untuk menggadaikan barang mereka. Pelayanan karyawan menjadi faktor penting untuk pegadaian syariah dalam menarik lebih banyak calon nasabah untuk memilih suatu pegadaian syariah karena ketika nasabah telah merasakan keuntungan dengan pelayanan yang diberikan oleh pegadaian tersebut maka nasabah akan memberikan peluang besar bagi KSU pegadaian untuk menarik calon nasabah baru dengan cara nasabah tersebut memberikan informasi pengalaman mereka yang telah menggunakan jasa pegadaian dengan pelayanan maksimal yang telah mereka rasakan.

---

<sup>17</sup>Suhernah, Nasabah KSU Aneka Jasa Rhan Syariah, Kec. Ujung. Kab. Kota Parepare, Sulsel, wawancara di Lapadde, 07 Januari 2021.

Menurut Tjiptono terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan, yaitu:<sup>18</sup>

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik kepada konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penilaian konsumen seperti keamanan transaksi, ketepatan waktu, dan lain-lain. Upaya ini dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Apabila terjadi kekurangan dalam beberapa faktor tersebut, perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Sehingga akan terjadi penilaian yang lebih baik di mata pelanggan.

2. Mengelola ekspektasi pelanggan

Banyak perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara seperti salah satunya adalah melebihi-lebihkan janji sehingga itu menjadi “bumerang” untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi apa yang telah dijanjikan. Karena semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Ada baiknya untuk lebih bijak dalam memberikan “janji” kepada pelanggan.

3. Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan bertujuan untuk memperkuat penilaian pelanggan selama dan sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat tangible, sedangkan layanan merupakan kinerja, maka pelanggan cenderung memperhatikan “seperti apa layanan yang akan diberikan” dan “seperti apa layanan yang telah diterima”. Sehingga dapat menciptakan persepsi tertentu terhadap penyedia layanan di mata konsumen.

---

<sup>18</sup>Ela Patriana, *Analisis faktor penentu keputusan konsumen muslim dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional*. (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol.3 No.1 Januari-Juni 2018), h. 58.

4. Mendidik konsumen tentang layanan

Upaya mendidik layanan kepada konsumen bertujuan mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian layanan.

5. Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas.

6. Menciptakan automating quality

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah dalam hal kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Namun dibutuhkan perhatian dalam aspek-aspek sentuhan manusia (high touch) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (high tech). Keseimbangan antara kedua hal tersebut sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien.

7. Menindak lanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan yang sudah baik. Dalam rangka ini, perusahaan perlu melakukan survey terhadap sebagian atau seluruh konsumen mengenai layanan yang telah diterima. Sehingga perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas layanan perusahaan di mata konsumen.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

Service quality information system adalah sistem yang dipergunakan oleh perusahaan dengan cara melakukan riset data. Betujuan untuk memahami suara konsumen (consumer's voice) mengenai ekspektasi dan persepsi

konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan berdasarkan sudut pandang konsumen.<sup>19</sup>



---

<sup>19</sup>Ela Patriana, *Analisis faktor penentu keputusan konsumen muslim dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah Vs Bank Konvensional*. (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol.3 No.1 Januari-Juni 2018), h. 59

