

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian di negara berkembang seperti Indonesia, kredit memegang peranan penting. Dimana untuk kemajuan perekonomian, kita tidak bisa mengandalkan dalam negeri tetapi tidak terlepas dari bantuan negara lain yang sudah maju dengan cara memberikan pinjaman berupa uang yang berasal dari Bank Indonesia kemudian memberikan dan menyalurkan dana pinjaman ke setiap Perbankan baik negeri maupun swasta dengan suku bunga yang telah di tentukan. Selain Perbankan ada juga BUMN seperti PT. Pegadaian (persero) yang merupakan salah satu lembaga pemerintah yang bergerak dibidang jasa penyaluran pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai, dengan jaminan barang bergerak. Banyak perusahaan dan sector bisnis yang berlomba-lomba menyediakan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini. Perusahaan berusaha menyediakan pelayanan jasa yang paling unggul dan kompetitif. Salah satunya perusahaan dalam bidang peminjaman kredit, Kegiatan perkreditan dapat terjadi pada individu dengan individu, badan usaha dengan badan usaha dan badan usaha dengan individu untuk memenuhi kegiatan perkreditan tersebut masyarakat dapat memanfaatkan jasa kredit pada sektor perbankan atau lembaga keuangan non bank. Meningkatnya permintaan dan tunai oleh masyarakat dapat meningkatkan penyaluran kredit oleh perbankan dari waktu ke waktu. Meningkatnya kredit perbankan tidak dapat di rasakan oleh

masyarakat menengah kebawah, dimana umumnya mereka tidak dapat memenuhi syarat kredit pada perbankan yang rumit dan prosedurnya lama. Kemudian untuk mengatasi permasalahan kredit tersebut salah satunya adalah dengan mengajukan kredit pada lembaga keuangan non bank maupun pada pihak perorangan. Meningkatnya jumlah kredit oleh masyarakat memberi peluang bagi PT. Pegadaian (persero) sebagai alternative untuk menyalurkan kredit pada masyarakat golongan menengah kebawah yang kurang mendapatkan fasilitas kredit dari perbankan. Bentuk lembaga jaminan, yaitu bersifat menunjang perkembangan ekonomi dan jasa meminjaman kredit untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan fasilitas modal. Kegiatan jasa peminjaman kredit ini meliputi semua aspek ekonomi baik di bidang produksi, distribusi, konsumsi, perdagangan, investasi maupun bidang jasa dalam bentuk uang tunai, barang dan jasa.

Lembaga keuangan non bank yang mempunyai izin yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan jasa gadai. PT. Pegadaian (persero) yang selanjutnya diatur di dalam peraturan pemerintah No. 103 Tahun 2000 adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagaimana diatur di dalam Undang – undang Nomor 9 tahun 1969 yang diberi tugas serta wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan usaha menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Jasa gadai dijadikan solusi yang cepat dan tepat dalam mengatasi masalah keuangan, sesuai dengan moto PT. Pegadaian (persero) yaitu “ Mengatasi Masalah Tanpa Masalah “. Di wilayah Bandung khususnya banyak masyarakat yang memanfaatkan jasa gadai. Karena kantor yang

beroperasi serta operasionalnya mencakup kecamatan dan desa – desa yang ada di kota Bandung dan daerah cakupan operasionalnya itu sangat banyak pesaing untuk mempertahankan dan menjangkau konsumen, untuk itu PT. Pegadaian (persero) cabang di kota Bandung dituntut untuk meningkatkan kinerja pelayanannya agar peningkatan konsumen yang telah dicapainya tidak direbut oleh pesaing lain. Perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat selaku nasabah dan calon konsumen.

PT. Pegadaian (persero) di karenakan prosedur dalam pemberian kredit tidak sulit. Salah satu jasa yang di tawarkan oleh PT. Pegadaian (persero) kepada konsumen yaitu Produk Kredit Cepat Aman (KCA) adalah salah satu produk unggulan dari perusahaan. Adapun peneliti yang telah menyimpulkan bahwa Kredit Cepat Aman (KCA) dapat membantu masyarakat dalam pemberian kredit yang sifatnya jangka pendek dan jangka menengah dengan pinjaman atas hukum gadai. menjanjikan permohonan bisa dipenuhi dengan proses yang cepat. Kredit Cepat Aman (KCA) merupakan pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman dan cepat. Dengan usaha ini, Pemerintah melindungi rakyat kecil yang tidak memiliki akses kedalam perbankan. Dengan demikian, kalangan tersebut terhindar dari praktek pemberian uang pinjaman yang tidak wajar. Pemberian Kredit Cepat Aman (KCA) jangka pendek

dengan pemberian pinjaman mulai dari Rp. 20.000,- sampai dengan Rp. 200.000.000,-. Jaminannya berupa benda bergerak, baik berupa barang perhiasan emas dan berlian, elektronik, kendaraan maupun alat rumah tangga lainnya. Sebelum memberikan kredit atau pencairan dana di PT. Pegadaian (persero) terlebih dahulu melakukan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan kualitas dan nilai barang dalam menetapkan uang pinjaman yang sesuai dan wajar. Jika penaksiran dilakukan sesuai dengan harga pasaran maka pendapatan PT. Pegadaian (persero) yang berasal dari Kredit Cepat Aman (KCA) akan meningkat. Di dalam PT. Pegadaian (persero) terdapat istilah sewa modal yang merupakan jumlah uang yang menjadi kewajiban konsumen kepada pihak pengadaian sebagai akibat pinjaman yang diterima oleh konsumen, besarnya dihitung berdasarkan tarif tertentu dan jangka waktu tertentu. Meskipun tarif sewa modal sudah ditetapkan, terkadang banyak nasabah yang kurang paham menghitung tarif sewa modal jika akan melakukan pembayaran untuk memperpanjang barang jaminan yang telah digadaikan. Sebenarnya pengertian bunga dan sewa modal sama tetapi jika di perbankan biasa menggunakan istilah bunga sedangkan di PT. Pegadaian (persero) menggunakan istilah sewa modal. Jangka waktu Kredit Cepat Aman (KCA) maksimum 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara hanya membayar sewa modal dan biaya administrasinya. Pada saat jatuh tempo konsumen harus membayar uang pinjaman dan sewa modalnya dalam kredit biasa disebut bunga. Bunga merupakan sejumlah uang yang dibayar atau untuk penggunaan modal. Jika konsumen tidak

melakukan upaya pelunasan kredit sama sekali dan tidak pula memperpanjang umur kredit, PT. Pegadaian (persero) akan melelang barang gadaian. Konsumen masih diberi hak mendapatkan uang lelang jika hasil lelang yang diterima melebihi nilai hutang pokok ditambah sewa modal dan biaya lelang.

Perbandingan jasa kredit pegadaian dengan jasa kredit bank syariah mandiri :

1. Pada tahun 2014, besarnya *market share* Pegadaian dalam bisnis jasa gadai adalah sebesar 69,64 % dan Bank BSM sebesar 19,11 %, namun seiring dengan adanya ketentuan pembatasan plafon penyaluran kredit gadai emas dan pembatasan masa perpanjangan oleh Perbankan Syariah (surat Edaran Bank Indonesia No. 14/7/DpBs, tanggal 29 Februari 2015), pada tahun 2015 pangsa pasar Pegadaian adalah 92,35% dan Bank BSM sebesar 4,72% atau diperkirakan untuk gadai emas Bank BSM menyalurkan kredit sebesar Rp. 1,4 triliun .
2. Kekuatan Bank BSM adalah pada *Pricing*, ujroh bank BSM lebih rendah dari sewa modal Pegadaian atau ujroh Pegadaian syariah, hal ini dapat dimaklumi karena BSM memiliki sumber pendanaan yang lebih murah dibandingkan Pegadaian.
3. Keunggulan Pegadaian adalah pada biaya transaksi dan prosedur yang lebih mudah, jika dilihat dari biaya transaksi yang mencakup biaya administrasi, biaya pembukaan rekening, persyaratan yang lebih banyak dan pembatasan yang diberlakukan terhadap Bank Syariah oleh Bank Indonesia maka Pegadaian memiliki keunggulan dibandingkan dengan BSM, yaitu sbb :

Table 1.1

**Data Perbandingan Konsumen Mengambil Jasa Kredit PT. Pegadaian Dengan
Jasa Kredit Bank Syariah Mandiri**

No.	Biaya	Pegadaian (Rp.)	BSM (Rp.)	Keterangan
1.	Administrasi	25,000.-	25,000.-	BSM promo disc. adm.
2.	Biaya Materai	0	12,000.-	
3.	Biaya rekening	0	100,000.-	
4.	Biaya SM/Ujroh	230,000.-	170,000.-	
	Jumlah	255,000.- (2,55%)	307,000.- (3,07%)	Pegadaian lebih murah

Berdasarkan data table 1.1 diatas maka terlihat bahwa biaya transaksi di Pegadaian lebih murah, hanya 2,55% dari nilai uang pinjaman dibandingkan Bank BSM sebesar 3,07% .

Tabel 1.2

**Data Pendapatan Dan Jumlah Konsumen di 5 Cabang PT. Pegadaian (persero)
Tahun 2013 – 2015**

Keterangan	Nama Cabang	2013	2014	2015
Pendapatan	Sukajadi	420.260.938	357.991.519	427.646.670
	Cikudapateuh	508.428.013	738.212.189	405.047.014
	Suci	946.673.491	642.809.530	415.480.873
	Ujungberung	301.002.986	204.554.998	316.438.666
	Kiaracandong	266.932.933	413.775.126	415.438.988
	Total	2.443.298.361	2.357.343.362	1.980.052.211
	Rata-Rata	814.432.787	785.781.120	660.017.403
Jumlah konsumen	Sukajadi	6.356	4.701	5.210
	Cikudapateuh	5.897	6.015	4.256
	Suci	5.134	4.735	3.980
	Ujungberung	3.151	3.569	4.151
	Kiaracandong	5.296	5.465	3.695
	Total	25.834	24.484	21.292
	Rata-Rata	8.611	8.161	7.097

Sumber : PT. Pegadaian (persero)

Dari tabel 1.2 dapat diketahui terdapat 5 cabang pegadaian yang terdiri dari cabang Sukajadi, Cikudapateuh, suci, Ujungberung dan Kiaracandong. Pinjaman yang di berikan kepada konsumen mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Meskipun slalu meningkat akan tetapi tidak di imbangi dengan pengembalian dan pelunasan kredit yang baik sehingga khawatir akan menurunkan tingkat pendapatan PT. Pegadaian (persero) pegadaian tahun 2013 – 2015 selalu mengalami penurunan. Rata – rata pendapatan tahun 2013 sebesar Rp 814.432.787, rata – rata tahun 2014 sebesar Rp 785.781.120, rata – rata tahun 2015 sebesar Rp 660.017.403, hal ini di sebabkan oleh kurangnya konsumen yang meminjam uang kepada PT. Pegadaian sehingga pendapatan. PT. Pegadaian menurun pula. Terkadang meskipun menurun tetap saja dapat mengalami peningkatan karena konsumen menginginkan uang pinjaman yang lebih tinggi, tetapi tidak sesuai dengan harga barang jaminan yang telah di gadaikan. Sehingga akan terjadi adanya negosiasi antara konsumen dan PT. Pegadaian dalam pemberian Kredit Cepat Aman (KCA). Dari data jumlah konsumen menunjukkan mulai tahun 2013 – 2015 mengalami penurunan. Rata – rata jumlah konsumen tahun 2013 sebesar 8.611 Orang, rata – rata tahun 2014 sebesar 8.161 Orang, rata – rata tahun 2015 sebesar 7.097 Orang. Hal ini di sebabkan adanya pergeseran barang jaminan yang berasal dari konsumen dan penetapan uang pinjaman yang telah di tetapkan oleh PT. Pegadaian. Meskipun dalam pemberian pendapatan selalu mengalami menurun tetapi jumlah kosnumen bisa mengalami penurunan. Pendapatan di pegadaian menurun di akibatkan barang jaminan berupa

berlian, barang elektronik dan kendaraan bermotor. Terkadang barang yang sudah di jaminkan tidak di tebus oleh konsumen sehingga terjadi lelang. Jika di lihat dari berlian, lelang di lakukan pada saat ada konsumen atau penggemar yang berminat ingin membeli di karenakan berlian kurang begitu di minati dan harganya pun selalu mengalami penurunan sehingga mengalami penurunan pendapatan.

Bertambahnya peminjaman kredit, demikian jumlah konsumen PT. Pegadaian (persero) cabang suci bandung selama periode tiga tahun terakhir mengalami penurunan jumlah konsumen. Tabel 1.3 Jumlah konsumen PT. Pegadaian (persero) cabang suci Bandung

Tabel 1.3
Data Penurunan Jumlah Konsumen pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci bandung Tahun 2013 - 2015

Tahun	Jumlah konsumen
2013	7.798
2014	7.177
2015	5.151
Jumlah	20.126
Rata – rata	6.708

Sumber : PT. Pegadaian (persero) Cabang suci 2016

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, dapat diketahui bahwa dalam periode tiga tahun terakhir PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung mengalami penurunan jumlah konsumen, maka penurunan jumlah konsumen dapat diduga beberapa konsumen PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung pindah menggunakan jasa peminjaman kredit lain. Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung. Untuk meningkatkan kepuasan

konsumen, PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung, menawarkan pelayanan yang memiliki perbedaan dengan peminjaman kredit lainnya, seperti terus berinovasi untuk menciptakan pelayanan berkualitas yang dicari konsumen untuk dapat memenangkan pasar.

Kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen kini menjadi pembicaraan yang hangat ditingkat internasional, nasional, industri, dan perusahaan. Konsumen yang menjadi objek atau sasaran jasa yang ditawarkan oleh industri atau perusahaan haruslah bisa merasakan sebuah nilai kepuasan dari jasa yang digunakan. Tentunya hal ini akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap keberlangsungan usaha perusahaan, karena apabila konsumen merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan berdampak terhadap tingginya tingkat kepuasan yang ditawarkan dan hal ini bisa jadi membuat konsumen akan merasa bangga dan senang dengan jasa yang digunakan. Menganalisis kepuasan konsumen sangat perlu dilakukan, karena kepuasan konsumen atas suatu jasa tentu akan berbeda pada waktu yang berbeda pula. Bisa jadi jasa yang ditawarkan dianggap memuaskan pada saat sekarang tetapi belum tentu akan memuaskan pada masa yang akan datang. Sehingga perusahaan diharapkan akan lebih tanggap mendengar keluhan konsumennya.

Kepuasan konsumen terjadi ketika sebuah produk atau jasa yang di terima konsumen melebihi harapannya. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai

harapan maka konsumen akan merasa puas (*satisfied*), dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasarannya untuk mencapai volume penjualan tertentu. Kepuasan konsumen mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, maka produk atau jasa tersebut tidak ada artinya.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan salah satunya melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman sebenarnya atas layanan yang diterima. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Keller, 2012:131).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen sangat berhubungan dengan harapan konsumen dan berpengaruh terhadap masa yang akan datang. Apabila konsumen merasa senang maka kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang sangat besar, sebaliknya apabila konsumen kecewa kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang sangat kecil.

Berkaitan dengan hal tersebut penulis melakukan pra survey pada 30 konsumen yang akan melakukan kepuasan konsumen mengenai sejumlah faktor

yang dianggap dapat mempengaruhi proses kualitas pelayanan dan produk, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.4

Tabel 1.4
Hasil Kuisisioner Pra Pendahuluan Penelitian Terkait dengan faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan produk

No	Variabel	Pertanyaan	Jawaban					Rata-rata (%)	Total
			SS	S	KS	TS	STS		
1	Proses Keputusan	Saya pernah mencari tahu informasi produk kredit cepat aman (KCA)	2	8	11	5	4	13,3%	30
		Saya tertarik terhadap produk kredit cepat aman (KCA)	6	8	7	4	5	16,7%	30
2	Loyalitas Pelanggan	Saya merekomendasikan produk kredit cepat aman (KCA) kepada teman atau keluarga	3	8	10	7	2	15,8%	30
		saya akan menggunakan kredit cepat aman (KCA)	3	9	8	5	5	16,7%	30
3	Kepuasan Konsumen	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang ditawarkan di PT. Pegadaian (persero)	-	4	9	6	11	36,7%	30
		Saya merasa puas ketika menggunakan produk kredit cepat aman (KCA)	-	5	8	10	7	23,3%	30

Sumber : Pengolahan Data Penulis, 2016

Berdasarkan dari tabel 1.4 di atas, dapat dilihat dari hasil kuesioner pendahuluan yang dibagikan pada konsumen PT. Pegadaian (persero) cabang suci bandung dari enam pernyataan yang penulis sampaikan bahwa pada item pertanyaan kelima mengenai, “Saya merasa puas terhadap pelayanan yang ditawarkan di PT. Pegadaian (persero)” dan pada item pernyataan keenam mengenai, “saya merasa puas ketika menggunakan produk kredit cepat aman (KCA)” mayoritas dari 30 responden

menyatakan ketidak setujuannya atas pernyataan tersebut. Sehingga berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari kuesioner pra pendahuluan ternyata mayoritas responden banyak yang menyatakan bahwa kurangnya ketertarikan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga dalam hal ini penulis menetapkan untuk menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.

Berkaitan dengan hal tersebut penulis melakukan pra survey pada 30 konsumen yang akan melakukan pelayanan mengenai sejumlah faktor yang dianggap dapat mempengaruhi proses kepuasan konsumen dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.5

Tabel 1.5

Hasil kuesioner Pra penelitian Pendahuluan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung

No	Variable	Pertanyaan	Jawaban					Total
			SS	S	CS	TS	STS	
1	<i>Product</i>	Keragaman pilihan produk dan keunikan produk	5	4	4	6	11	30
		Standar produk dan bentuk produk	10	9	4	5	2	30
		Produk di pegadaian sesuai dengan keinginan dan harapan	4	10	8	5	3	30
		Daya tarik dan ukuran setiap produk	5	9	5	7	4	30
2	<i>Place</i>	Lokasi kantor pegadaian mudah di akses	9	7	10	3	1	30
		Kantor pegadaian cabang suci memiliki tempat yang tidak luas	6	10	5	5	4	30
3	<i>Price</i>	Harga yang lebih murah dibandingkan dengan jasa kredit	15	6	4	3	2	30

		lain						
		Harga yang ditetapkan sudah dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan	9	6	8	5	2	30
4	<i>Promotion</i>	Promosi yang dilakukan pegadaian cabang suci menarik perhatian	10	6	4	7	3	30
		Promosi yang ditawarkan pegadaian cabang suci bervariasi	9	6	8	4	3	30
5	<i>Process</i>	Proses kredit tidak sesuai dengan waktunya	3	6	7	4	10	30
		Memberikan kemudahan dalam pengajuan kredit	5	8	6	6	5	30
6	<i>Physical eviden</i>	Karyawan menggunakan seragam yang rapih	11	8	5	4	2	30
		Memiliki eksterior dan interior yang baik	13	9	3	4	1	30
7	<i>People</i>	Pelayanan karyawan dalam melaksanakan tugasnya	2	4	5	6	13	30
		Kemudahan dalam mengajukan keluhan kepada karyawan	4	4	6	5	11	30

Sumber : pengolahan data penulis 2016

Dari data diatas terdapat bahwa pertanyaan tentang keragaman pilihan produk dan keunikan produk mempunyai bobot lebih tinggi yaitu sangat tidak setuju sebesar 36,7 %. pertanyaan tentang pelayanan karyawan dalam melaksanakan tugasnya mempunyai bobot lebih tinggi yaitu sangat tidak setuju sebesar 43,3 %.

Penelitian terdahulu bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Selvi Normasari (2013), bahwa kualitas harus dinilai focus dan harus mencoba memahami apa yang menjadi harapan konsumen sesungguhnya, sehingga dalam hal ini perusahaan diharapkan dapat memenuhi harapan-harapan konsumen dengan memberikan apa yang konsumen inginkan, karena pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan

kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima.

kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan.

Bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk.

PT. Pegadaian (persero) dituntut untuk mempunyai citra dan pelayanan yang baik yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. PT. Pegadaian (persero) sebagai perusahaan jasa yang melayani peminjaman kredit dengan menggunakan jaminan barang – barang yang memiliki nilai daya jual tertentu semakin meningkat. Sebagai badan intermediasi PT. Pegadaian (persero) salah satu usahanya yaitu menyalurkan kredit. Kredit yang dikelola dengan prinsip kehati-hatian akan menempatkan pada kualitas kredit yang performing loan sehingga dapat memberikan pendapatan yang besar bagi PT. pegadaian (persero).

Penelitian terdahulu bahwa variable produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Hamid Ruslan (2011), persepsi konsumen atas kinerja melampaui harapan mereka juga memandang bahwa yang ditawarkan harus menunjukkan kualitas dari suatu produk jasa yang ditawarkan, dalam hal ini konsumen memiliki anggapan bahwa produk yang ditawarkan mempunyai kualitas yang baik. Sehingga pada umumnya konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan produk, maka dalam hal ini mereka akan membandingkan antara jasa yang satu dengan jasa lainnya, dan barulah konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli.

Produk merupakan unsur pertama dan paling penting dalam bauran pemasaran. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan suatu penawaran yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen..

Produk dapat diartikan sebagai setiap benda yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Produk biasanya sengaja dibuat oleh sekelompok orang sebagai ajang mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran atau pun jual beli produk yang bersangkutan, sehingga perusahaan mampu menciptakan kepuasan melalui produk yang bersaing sesuai harapan konsumen. Produk menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan memperoleh suatu kepuasan.

Berkaitan dengan masalah tersebut, maka PT. Pegadaian (persero) menyadari akan pentingnya unsur kualitas pelayanan dan produk, karena apabila kualitas pelayanan dan produk masih kurang memenuhi harapan maka konsumen tidak puas, selain itu mempertahankan konsumen untuk tetap menggunakan jasa gadai di PT. Pegadaian (persero) dan mendapatkan konsumen baru untuk memenangkan pasar dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa gadai.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk mendapatkan sumber informasi dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, serta untuk lebih memuaskan konsumen dan untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan. Dengan adanya masalah tersebut, maka penulis menyusun laporan dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Jasa Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pegadaian (persero) Kantor Cabang Suci (BANDUNG)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Pada bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah, rumusan masalah mengenai kualitas pelayanan dan produk sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Dimana terdapat fenomena-fenomena masalah dalam variabel tersebut. Penulis meneliti fenomena tersebut dan membuat identifikasi masalahnya serta merumuskan permasalahan-permasalahan yang ada di latar belakang penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka yang menjadi permasalahan pada objek yang di teliti teridentifikasi masalah yang ada pada perusahaan PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung ditemukan beberapa kendala yaitu:

- a. Pelayanan yang diberikan jasa peminjaman kredit tidak sesuai dengan harapan konsumen.

2. Produk

Masih kurangnya produk pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung ditemukan beberapa kendala yaitu:

- a. Produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keragaman produk dan keunikan produk.

3. Kepuasan Konsumen

Bedasarkan hasil observasi dan wawancara kepuasan konsumen yang kurang baik teridentifikasi adanya permasalahan sebagai berikut:

- a. Penurunan jumlah konsumen yang menggunakan jasa kredit pada periode 3 tahun terakhir fluktuatif.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang produk kredit cepat aman (kca) di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan produk kredit cepat aman (kca) terhadap kepuasan konsumen PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen tentang kualitas pelayanan di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.
2. Tanggapan konsumen tentang produk kredit cepat aman (kca) di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.
3. Tanggapan konsumen tentang kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung.
4. besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan produk kredit cepat aman (kca) terhadap kepuasan konsumen di PT. Pegadaian (persero) Cabang Suci Bandung secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian memiliki harapan semoga penelitian yang dilakukan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara akademis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta menambah ilmu yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian ilmu yang berguna sebagai rujukan, referensi, dan menjadi bahan informasi bagi penelitian lain.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan di lapangan dan memperoleh informasi baru khususnya dengan permasalahan yang diteliti.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk mengetahui mengenai kualitas pelayanan dan produk kredit cepat aman terhadap kepuasan konsumen yang bagaimana yang diharapkan oleh konsumen sehingga mereka akan puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu ekonomi manajemen, dan meningkatkan wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya dalam mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan produk yang harus diperhatikan atau perlu dilaksanakan.