

dengan salah satu tujuan dari pegadaian dalam memberi pinjaman kepada masyarakat.

Seorang yang sedang membutuhkan dana, sebenarnya dapat diajukan ke berbagai sumber dana, seperti meminjam uang ke bank atau lembaga keuangan lainnya. Akan tetapi, kendala utamanya adalah prosedurnya yang rumit dan memakan waktu yang relatif lebih lama. Kemudian disamping itu, persyaratan yang lebih sulit untuk dipenuhi seperti dokumen yang harus lengkap, membuat masyarakat mengalami kesulitan untuk memenuhinya. Begitu pula dengan jaminan yang diberikan harus barang-barang tertentu, karena tidak semua barang dapat dijadikan jaminan di bank.

Namun, di perusahaan yang menyediakan jasa gadai begitu mudah dilakukan, masyarakat cukup datang ke kantor terdekat dengan membawa jaminan barang tertentu, maka uang pinjamanpun dalam waktu singkat dapat terpenuhi. Keuntungan lain dalam jasa gadai adalah pihak lembaga keuangan yang menyediakan jasa gadai tidak memperlmasalahkan untuk apa uang tersebut digunakan dan hal ini tentu bertolak belakang dengan pihak perbankan yang harus dibuat serinci mungkin tentang penggunaan uangnya. Begitu juga dengan sanksi yang diberikan relatif ringan, apabila tidak dapat melunasi dalam waktu tertentu. Sanksi yang paling berat adalah jaminan yang disimpan akan dilelang untuk menutupi kekurangan pinjaman yang telah diberikan.

- a) Biaya Langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung seperti biaya tenaga kerja langsung.
- b) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk, biaya tidak langsung dikenal dengan biaya *overhead* pabrik seperti: biaya sewa, listrik, pajak dan lain sebagainya.
- 4) Menurut Perilaku dalam Kaitannya dengan Perubahan Volume Kegiatan

Biaya dibagi menjadi 4, yaitu (a). Biaya Tetap (*fixed cost*), biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu, contohnya; gaji direktur. (b). Biaya Variabel (*variable cost*), biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas, contoh: biaya tenaga kerja langsung. (c). Biaya Semi Variabel, biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel, contoh; biaya listrik yang digunakan.

adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana yang dilakukan organisasi atau badan usaha kredit dalam pemberian perjanjian/ pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah. Kualitas layanan yang dipersepsikan (*Perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*).

Berdasarkan pemaparan di atas maka yang dimaksud dengan pelayanan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi sehingga terciptanya kepuasan yang optimal yang dirasakan oleh nasabah.

b. Pentingnya Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian jasa sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Apabila suatu organisasi dapat memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka pelayanan organisasi tersebut dianggap baik. Dimana hal ini akan menimbulkan perasaan senang pada diri nasabah dan akan mendorong nasabah untuk menjadi nasabah potensial. Sebaliknya jika suatu organisasi tidak dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, berarti pelayanan disebut jelek dan nasabah tidak akan tertarik lagi mengambil ulang produk tersebut.

Pelayanan merupakan harapan bagi suatu organisasi untuk memperoleh nasabah atau harapan nasabah. Harapan terhadap pelayanan memberikan kerangka acuan terhadap penilaian yang

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu organisasi dalam membuktikan eksistensinya kepada pihak internal, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan kepegawaian.
2. *Liability* atau keandalan yaitu kemampuan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsif*) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai dalam suatu organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada organisasi.
5. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

Pelayanan sangat diperlukan pada setiap suatu organisasi kecil maupun besar, karena pelayanan yang baik sangat penting dan bermanfaat bagi nasabah. Apabila nasabah puas dalam pelayanan suatu organisasi, maka nasabah berinisiatif mengambil kembali produk-produk/jasa pada suatu organisasi tersebut.

2) Faktor Eksternal

- a) Faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Rekan kerja, teman dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Keluarga merupakan organisasi nasabah atau konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga terdiri atas orang tua dan anak-anak yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pengambilan produk gadai yang ditawarkan oleh suatu bank atau lembaga keuangan lainnya.
- b) Faktor Lokasi, Pelayanan dan Prosedur Kredit dari bank atau lembaga keuangan yang menawarkan gadai bagi nasabah. Lokasi merupakan tempat di mana bank atau lembaga keuangan lainnya melakukan kegiatan sehari-hari terutama kegiatan transaksi dengan nasabahnya. Lokasi yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabah sebuah bank atau lembaga keuangan lainnya, misal Lokasi yang mudah dijangkau akan mendorong nasabah untuk datang melakukan transaksi seperti melakukan transaksi gadai. Pelayanan pelanggan (*customer service*) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan

Berdasarkan penelitian sebelumnya di atas maka penulis ingin meneliti pengaruh faktor nilai taksiran, biaya-biaya dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa produk Emas Tunai Hebat (ETH) di Solusi Tunai dikarenakan beberapa hal yang menjadi pembeda antara karya tulis ini dengan penelitian sebelumnya.

Skripsi Pertama, berjudul Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah. Perbedaannya terletak pada studi kasus atau lokasi penelitian. Pada Penelitian tersebut studi kasusnya adalah di Bank Syariah sedangkan penulis melakukan studi Kasus di Lembaga Keuangan Non Bank, yakni Solusi Tunai. Sehingga berbeda juga karakteristik nasabah yang dijadikan respondennya. Perbedaan selanjutnya terletak pada variabel yang digunakan oleh penulis berbeda dengan peneliti sebelumnya sehingga jelas hasil analisisnya akan berbeda karena pelaksanaan atau aplikasi dari sisi produknya pun berbeda.

Skripsi Kedua, berjudul Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qardh dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan. Perbedaannya dengan penulis terletak dari sisi analisisnya. Peneliti sebelumnya menggunakan analisis faktor yang *output* adalah faktor-faktor yang berpengaruh, sedangkan penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Variabelnya pun berbeda, serta lokasi penelitian dan karakteristik respondennya pun berbeda pula.

Skripsi Ketiga, berjudul Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru. Perbedaan dengan peneliti sebelumnya ini yaitu dari segi variabel terikat (Y) nya. Kalau peneliti sebelumnya menggunakan minat nasabah, yang berarti objek penelitiannya adalah calon nasabah. Sedangkan penulis menggunakan variabel keputusan nasabah, yakni objek penelitiannya adalah orang-orang yang sudah pernah melakukan transaksi Emas Tunai Hebat (ETH) di Solusi Tunai Cabang Krian Sidoarjo. Kemudian dari sisi lokasi penelitian, peneliti sebelumnya menggunakan bank sebagai objek penelitian, sedangkan peneliti sekarang menggunakan lembaga non bank. Kemudian dari segi karakteristik responden juga berbeda.

C. Kerangka Konseptual

Produk Emas Tunai Hebat (ETH) merupakan salah satu produk layanan dari jenis *lending* dari jasa Solusi Tunai. Produk Emas Tunai Hebat(ETH) didasarkan atas Surat Memo Internal Nomor : 041/MI/S&M/IV/2013 Tanggal 17 Mei 2013.

Dalam Surat Memo Internal tersebut dikemukakan pengertian Produk Emas Tunai Hebat (ETH) sebagai produk pengembangan baru dari produk konsinyasi digabungkan dengan pembiayaan dimana nasabah “menitipkan” perhiasannya ke Solusi Tunai dan nasabah mendapatkan nilai pengalihan

yang hampir sama atau lebih tinggi sedikit dari nilai taksiran logam karena adanya komposisi nilai apresiasi kenaikan harga emas dari perhiasan nasabah yang akan dialihkan.

Dalam konteks penelitian ini, maka aspek-aspek yang akan diukur dari produk Emas Tunai Hebat (ETH) Solusi Tunai ini meliputi : nilai taksiran, biaya-biaya, dan pelayanan.

Nilai Taksiran yang dimaksud disini adalah ketentuan yang ditetapkan petugas penaksir yang ditunjuk oleh manajemen Solusi Tunai dalam menaksir barang (emas) yang akan digadaikan nasabah kepihak Solusi Tunai guna mendapatkan dana pinjaman dari produk Emas Tunai Hebat (ETH).

Biaya-biaya yang dimaksud disini adalah keseluruhan biaya yang timbul akibat transaksi Emas Tunai Hebat (ETH) yang telah ditetapkan oleh Solusi Tunai dan harus dibayar oleh nasabah.

Dari segi Pelayanan dimensi yang digunakan penulis adalah *tangible* dan *responsiveness*. *Tangible* dalam penelitian kali ini terdapat pertanyaan tentang kenyamanan ruang tunggu, peralatan teknologi yang canggih dan modern, karyawan terampil menggunakan fasilitas. Yang melandasi pengujian *Responsiveness* adalah itikad baik untuk membantu nasabah dan menyediakan pelayanan secara tepat dan cepat.

Keputusan nasabah dalam penelitian ini menggunakan kerangka pikir yaitu dengan memperhatikan pengaruh variabel nilai taksiran, biaya-biaya, dan pelayanan secara simultan maupun parsial yang membuat nasabah

