BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, saat ini banyak lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank.Salah satu lembaga keuangan syariah non bank adalah pegadaian syariah.

Pegadaian syariah adalah salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pegadaian syariah mengalokasikan dana kepada masyarakat dengan cara pembiayaan.[1] Keberadaan pegadaian syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syari'ah. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Kehadiran pegadaian syariah di masyarakat dapat membantu golongan masyarakat yang kurang beruntung dalam menghadapi persaingan pasar maupun kegiatan perekonomian sehari-hari.

[1] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 252.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah lahirnya pegadaian syariah, banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank, telah sesuai dengan konsep syariah. Melalui kajian yang cukup panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai langkah awal pembentukan devisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.Terbitnya PP No.10 Tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan tonggak awal kebangkitan pegadaian, di dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktik riba.Misi ini berubah sampai diterbitnya PP No.103 Tahun 2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha perum pegadaian sampai sekarang.[2]

Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran.Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat.Dalam mengantisipasi hal tersebut, perusahaan dituntut bekerja strategis dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar.Dengan kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran, dari strategi pemasaran menjadi berorientasi pada pelanggan.Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

[2]Ahmad Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 64-65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.[3]Pelanggan merupakan obyek dari suatu kegiatan layananpemasaran, sehingga perlu mendapatkan kualitas layanan produk yang sempurna.Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran.Kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima. Apabila menerima perlakuan yang baik, sesuai dan memuaskan, pelanggan akan merasa terpenuhi harapannya. Sedangkan apabila penerimaan perlakuan kurang baik, tidak sesuai, memberi kesan negatif dan tidak memuaskan, dianggap bahwa layanan yang diberikan tidak sesuai harapan.Makin tinggi kepuasan pelanggan berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia.[4] Maka dari itu, perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Untuk melihat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan juga tergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Apabila kualitas layanan tinggi akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas layanan rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan. Dalam hal ini, upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan

---

[3] Philip Kotler et al, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: Andi dan Pearson Education Asia Pte.Ltd, 2000), 50.

[4]PhilipKotler,*Manajemen Pemasaran*,edisi Bahasa Indonesia,alih bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2000), 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnis.[5]Karena bagi pelanggan, pelayanan yang berkualitas sangatlah penting.[6] Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan.Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh. Tanpa adanya pelayanan yang tepat, produk akan kurang diminati oleh konsumen. Kualitas pelayanan menurut hasil penelitian dari Brady and Cronin diukur melalui tiga dimensi yaitu: interaksi layanan (*interaction quality*), lingkungan fisik (*physical environment quality*), hasil pelayanan (*outcome quality*).[7]

Interaksi layanan (*interaction quality*) merupakan pelayanan yang melibatkan hubungan pelayanan antara pekerja yang memberikan pelayanan.Pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai yang memberikan pelayanan kepada konsumen.Indikator dari interaksi layanan meliputi sikap (*attitude*), perilaku (*behavior*), dan keahlian (*expertise*).

Lingkungan fisik (*physical environment quality*) merupakan lingkungan fisik dari tempat pekerjaan yang harus selalu diperhatikan, karena akan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan secara

[5]Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 104.
[6] Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 88.
[7]Brady. and J. Joseph Cronin, "Some Though on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach", *Journal Of Marketing*, Vol. 65,(Juli, 2001), 99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keseluruhan. Setiap pekerjaan akan selalu mempertimbangkan lingkungan fisik yang menjadi tempat pekerjaannya dan ini menjadi penilaian konsumen terhadap pelayanan. Indikator dari lingkungan fisik meliputi kondisi lingkungan (*ambient conditions*), bentuk (*design*) dan faktor sosial (*social factors*).

Hasil pelayanan (*outcome quality*) merupakan faktor penentu dalam menilai kualitas pelayanan secara keseluruhan.Kualitas dari hasil pelayanan berpengaruh langsung terhadap persepsi konsumen dalam menilai kualitas pelayanan.Indikator hasil pelayanan meliputi waktu tunggu (*waiting time*), bukti fisik (*tangibles*) dan valensi (*valence*).

Berdasarkan paparan diatas, baik interaksi layanan (*interaction quality*), lingkungan fisik (*physical environment*), dan hasil pelayanan (*outcome quality*) mempunyai keterkaitan terhadap kepuasan pelanggan.Akan tetapimasih terdapat perdebatan teoritis diantara para ahli.

Laoriningsih (2011) menyatakan bahwa secara simultan kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.Secara parsial, kualitas hasil adalah variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.Didukung juga Pik Jasmadi Parawansa (2015) menyatakan bahwa layanan jasa yang terdiri atas kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Haji La Tunrung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

AMC.Secara parsial kualitas hasil adalah variabel yang dominan mempengaruhi tingkat loyalitas.[8]

Luluk Rachmawati dan Endang Setyawati (2013) menyatakan bahwabahwa kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas keluaran berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT Bank Mandiri di Surabaya. Pengaruh dominan ditunjukkan oleh lingkungan fisik yang baik.[9] Berbeda dengan Erwin Gunawan (2013) menyatakan bahwa secara simultan kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil akhir berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, secara parsial kualitas interaksi dan kualitas hasil akhir berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi kualitas lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tony Hendratono (2011) menyatakan bahwa lingkungan fisik memengaruhi secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan di salah satu hotel di Jakarta.[10] Di dukung Meika Putra Pratama (2009) menyatakan bahwa *servicescape* yang dihasilkan dari dimensi mempengaruhi kepuasan konsumen di kafe.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih ada atau ditemui ketidakkonsistenan hasil tentang dimensi yang paling dominan sebagai

---

[8] Pik Jasmadi Parawansa, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Haji La Tunrung AMC", Unversitas Hasanuddin, urusan manjaemen, fakultas ekonomi dan bisnis, (Februari, 2015).

[9]Luluk Rachmawati dan Endang Setyawati, "Pentingnya Kualitas Layanan Dalam Membangun Loyalitas Nasabah (study pada Pt.Bank Mandiri di Surabaya" *Jurnal Media Mahardhika*, Vol. 11 No. 3 (Mei, 2013).

[10] Tonny Hendratono, "Pengaruh Trust Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (study komparasi di Hotel Jakarta)",*Jurnal Ilmiah Hospitaliti*, Vol.1 No.2(Agustus, 2011).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penulis untuk diteliti. Adapun objek yang akan diteliti adalah pegadaian syariah.

Pegadaian syariah adalah unit syariah dari perum pegadaian, suatu lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan usahanya dengan sistem gadai syariah.Sistem gadai syariah ini merupakan produk pegadaian yang berdiri pertama kali di wilayah Gresik yang berbentuk syariah.Pendirian pegadaian syariah ini selain mencari keuntungan juga merupakan perwujudan dari misi pegadaian, yakni kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah.

Peresmian Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik ini disahkan oleh kantor pusat pegadaian syariah Jakarta. Berdasarkan keputusan direksi Perum Pegadaian Nomor: 215/ US1.002007 tentang Pembukaan Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kebomas Gresik. Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik beralamat di Jalan Dr. Wahidin Sudiro Husodo No.114-A Gresik.Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresikini juga merupakan cabang dari Kanwil Perum Pegadaian yang terletak di Jl.Dinoyo no.79 Surabaya.[11] Produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik antara lain *Ar-Rahn* (gadai syariah), Arrum (*ar-rahn*untukusaha kecil mikro), Mulia (*murabahah* logam mulia investasi abadi), dan Amanah.Pegadaian Syariah Cabang Kebomas

[11]Bapak Sumanto selaku Manager Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik, *Wawancara* , Gresik, 1 Oktober 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gresikmemiliki prospek kemajuanyang baik. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah/pelanggan dari tahun ketahun.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik

Tahun	Jumlah Nasabah
2011	9.586
2012	10.916
2013	11.850
2014	12.907
2015	11.970

Sumber: Olahan data nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik.

Data jumlah nasabah diatas, menjelaskan bahwa terdapat peningkatan jumlah nasabah. Pada tahun 2011 jumlah nasabah sebanyak 9.586, sedangkan pada tahun 2012 jumlah nasabah meningkat sebanyak 1.330, sehingga mencapai 10.916. Pada tahun 2013 jumlah nasabah sebanyak 11.850, sedangkan pada tahun 2014 jumlah nasabah meningkat sebanyak 1057, sehingga mencapai 12.907. Tetapi pada tahun 2015 jumlah nasabah menurun 937 dari tahun 2014, sehingga menjadi 11.970 nasabah.

Dengan melihat dari prospeknya yang tergolong baik, di Pegadaian Syariah Cabang kebomas Gresik juga terdapat adanya keluhan yang dirasakan pelanggan diantaranya minimnya tempat untuk mendapatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi dengan cepat karenanya tidak adanya customer service yag seharusnya memberikan informasi terkait pertanyaan dari pelanggan dengan jelas, cepat dan tepat, desain ruangan yang kurang menarik, dan waktu tunggu proses transaksi yang kurang efisien sehingga pelanggan merasakan kejenuhan saat menunggu antrian.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Interaksi Layanan, Lingkungan Fisik Dan Hasil Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik dan hasil pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik ?
2. Apakah terdapat pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik dan hasil pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik dan hasil pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik dan hasil pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, penulis memiliki harapan akan diperolehnya manfaat sebagai berikut:

a. Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.
2. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, khususnya pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik, dan hasil pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik, mengenai pengaruh interaksi layanan, lingkungan fisik, dan hasil pelayanan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan Pegadaian Syariah Cabang Kebomas Gresik sehingga dapat mengembangkan kualitas pelayanannya dengan baik.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam proposal ini akan dijabarkan sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua berisi kajian pustaka yang mengemukakan landasan teoridimulai dari *grand theory* yaitu manajemen pemasaran, dilanjutkan mengenai kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Brady and Cronin yaitu interaksi layanan, lingkungan fisik, dan hasil pelayanan.Kemudian mengenai kepuasan pelanggan, beberapa penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab ketiga berisi metedologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab keempat berisi hasil penelitian yang menjabarkan deskripsi umum objek penelitian berupa pemaparan data yang memuat informasi tentang lokasi atau institusi yang menjadi objek penelitian serta karakteristik responden yang dijadikan sampel dalam penelitian dan analisis data yang memuat data penelitian yang relevan dengan tujuan penelitian.

Bab kelima berisi pembahasan yang terdiri dari temuan hasil penelitian berisi tentang gagasan peneliti, keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori, dimensi-dimensi, posisi temuan terhadap teori-teori dan temuan-temuansebelumnya serta penafsiran dan penjelasan terkait temuan dilapangan yang menjawab hipotesis (jawaban sementara) sebelumnya.

Bab keenam berisi penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id