

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN OLEH PT. PEGADAIAN (PERSERO) UPC TELUK KUANTAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK AMANAH

Amna Kurniawati

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi Teluk Kuantan
kurniawatiamna@gmail.com

ABSTRAK

Kemunculan PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dengan mengeluarkan produk-produk yang tidak melanggar prinsip-prinsip syari'ah baik produk dalam penghimpunan dana atau penyaluran dana atau gadai emas. PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan dalam penyaluran dana berupaya membantu masyarakat memiliki kendaraan bermotor (Produk Amanah) secara syari'ah. Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 9 orang pegawai, dengan teknik pengambilan sampel yaitu Total Sampling Teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan Observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan Analisis Data menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang bisa diamati. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa standar operasional pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah secara keseluruhan telah sesuai dengan standar operasional yang sudah ditentukan oleh PT. Pegadaian tersebut dan diupayakan sesuai kemampuan SOP. Faktor yang mendukung dan menghambat PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah Produk Amanah, namun demikian segala bentuk faktor pendukung dan penghambat menjadikan tantangan tersendiri bagi pihak Pegadaian untuk lebih memaksimalkan pelayanan dan mampu meningkatkan jumlah nasabah produk amanah.

Kata kunci: Pelayanan, Produk Amanah, Pegadaian

ABSTRACT

The emergence of PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan can improve the people's economy by issuing products that do not violate the principles of shari'ah, be it products in raising funds or distributing funds or gold pawning. PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan in distributing funds seeks to help people own motorized vehicles (Amanah Products) in syari'ah. This study used a population of 9 employees, with a sampling technique namely Total Sampling. Data collection techniques were carried out by observation, interviews and documentation, while data analysis used qualitative descriptive techniques, namely research procedures that produced descriptive data in the form of written or spoken words from people. observable people or behavior. From the research results it can be concluded that the operational standards of service in increasing the number of Amanah Product Customers as a whole are in accordance with the operational standards that have been determined by PT. The pawnshop is managed according to the ability of the SOP. Factors that support and hinder PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan in improving service quality and the number of Amanah Product customers, however, all forms of supporting and inhibiting factors make it a challenge for Pegadaian to further maximize service and be able to increase the number of trustworthy product customers.

Key words: Service, Trust Product, Pawnshop

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya (Barata, 2013:36). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Seorang nasabah jika merasa dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi nasabah yang lama (Umar, 2015:65)

Jadi harapan nasabah dari produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, rasa puas dapat diukur melalui tingkat menyenangkan atau tidaknya pelayanan tersebut setelah di berikan kepada orang lain. Karena menurut Malayu S.P Hasibuan (2011:17), pelayanan yang baik dan benar adalah jika pelayanan diberikan secara cepat, tepat, adil, ramah dan terasa menyenangkan bagi orang yang dilayani.

Keberadaan pegadaian pada awalnya tidaklah jauh beda dengan Bank konvensional, karena Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana, sebab jika prosedur penyaluran dana dari Lembaga Keuangan Bank ataupun non-Bank yang rumit dan membutuhkan waktu yang lama membuat masyarakat berfikir dua kali untuk meminjam dana atau menjadi nasabahnya (Firdaus dkk, 2005:13).

Secara umum proses pegadaian adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu seperti emas, perak, atau kendaraan bermotor guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara nasabah dengan lembaga gadai dimana ia menggadaikan barang atau emasnya tersebut (Kasmir, 2010:262).

Lembaga pegadaian merupakan perusahaan yang menyediakan fasilitas pinjam-meminjam dengan syarat jaminan tertentu sesuai prinsip syari'ah untuk produk yang berbasis syari'ah. Jaminan tersebut digadaikan kemudian ditaksir oleh pihak lembaga. Nilai taksiran jaminan sangat berpengaruh dengan seberapa besar nilai jumlah pinjaman. Gadai merupakan salah satu kategori dari perjanjian hutang-piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berhutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap hutangnya itu. Konsep ini dalam fiqh Islam di kenal dengan istilah *rahn* atau gadai (Firdaus, 2005:68).

Produk pembiayaan ini salah satunya adalah pembiayaan Amanah, pembiayaan amanah ini merupakan pembiayaan khusus bagi pengusaha mikro dan nasabah yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil maupun pegawai tetap swasta, yang sudah diakui kualitasnya untuk melakukan pembiayaan berkendaraan seperti membeli sepeda motor dan mobil sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pemberian pinjaman ini diberikan dalam jangka waktu tertentu yang pengembaliannya dilakukan secara angsuran.

Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan produk amanah telah tersedia sejak tahun 2017. Produk ini termasuk juga cukup banyak diminati oleh masyarakat yang ingin mempunyai sepeda motor tapi tidak mampu untuk membeli tunai atau pun bagi yang mampu mereka tetap ingin membeli kendaraan dengan cara melalui produk

amanah karna mudah dan prosesnya. Jumlah nasabah prdok amanah secara rinci dari tahun ke tahun bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel. 1 1 Minat Masyarakat terhadap Produk Amanah

No	Tahun	Jumlah Nasabah Produk Amanah
1	Tahun 2017	3 Nasabah
2	Tahun 2018	20 Nasabah
3	Tahun 2019	64 Nasabah
4	Tahun 2020	13 Nasabah

Sumber : PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah produk amanah dari tahun 2017-2020 mengalami situasi yang *fluktuatif* (naik turun), hal ini terjadi karena beberapa faktor seperti kurangnya pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Seharusnya PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan lebih mengutamakan pelayanan yang baik, dengan sendirinya nasabah akan loyal dengan pegadaian dan jumlah Nasabah akan meningkat. Hal ini sebagaimana dari observasi awal yang peneliti laksanakan di Pegadaian tersebut terutama pada produk Amanah terlihat beberapa gejala yaitu :

1. Masih ragunya masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi untuk menjadi Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan karena pegadaian yang belum berbasis syari'ah.
2. Masih banyak masyarakat yang ragu untuk membeli kendaraan melalui pegadaian khususnya produk Amanah karena pemahaman masyarakat yang masih kurang terhadap produk amanah tersebut.
3. Masih terbatasnya sarana dan parasarana yang dimiliki oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan sehingga pelayanan terhadap nasabah belum maksimal.
4. Belum maksimalnya pengetahuan masyarakat yang ingin melakukan transaksi produk amanah, pegawai PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan belum maksimal memberikan informasi yang memuaskan sehingga kepala unit yang harus turun langsung membantu memberikan penjelasan.

Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana penerapan pembiayaan produk amanah untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, maka penulis tertarik untuk menulis judul “ **Peningkatan Kualitas Pelayanan Oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Amanah**”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Kemudian menurut Wildan dan Sumarsono (2018:7) menyatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak kasat mata (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Fungsi pelayanan sangat menentukan keawetan, perkembangan dan keunggulan bersaing suatu lembaga serta melakukannya dengan cara yang benar serta menyenangkan pelanggan.

Selain itu Moenir dalam bukunya pelayanan umum di Indonesia mendefinisikan bahwa pelayanan adalah : Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya (Moenir, 2008: 27).

2.2 Dasar-dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan (Kasmir, 2017: 53)

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Customer service*, pramuniaga, *public relation*, satpam, apapun itu yang merupakan profesi pelayanan terhadap pelanggan atau nasabah sehingga akan nasabah merasa terlayani diantaranya (Kasmir, 2017:53-54):

1. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih
Artinya karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh senyum
Dalam melayani nasabah, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus dapat bersikap akrab dengan pelanggan, seolah-olah sudah kenal lama.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah dikenal.

Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani nasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap

2.3 Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah : (Kasmir, 2017:67-69)

1. Tersedianya karyawan yang baik
Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik
2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan.
3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga akhir Artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai
4. Mampu melayani secara cepat dan tanggap
Artinya layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah
5. Mampu berkomunikasi
Artinya karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.
6. Memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan.

2.4 Konsep Pendekatan untuk Peningkatan Pelayanan

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan Pelayanan yang baik tidak lepas dari kemampuan dalam memilih konsep pendekatannya menggunakan konsep 6A yaitu : *Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, Accountability* antara lain:

1. *Ability* (Kemampuan)

Ability (kemampuan) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni.

2. *Attitude* (Sikap)

Attitude (Sikap) adalah Perilaku yang ditonjolkan untuk menghadapi pelanggan. Dengan sikap yang baik maka pelanggan akan merasa nyaman ketika sedang dilayani. Sikap meliputi penampilan serasi dengan ekspresi wajah yang senyum ramah, berfikir positif, sehat dan logis, melayani pembeli secara terhormat, dan bersikap sopan santun.

3. *Appearance* (Penampilan)

Appearance (Penampilan) adalah hal pertama yang dilihat oleh para pelanggan, karena pelanggan akan merasa senang dan nyaman saat dilayani. Kesan masyarakat tentang cara kita melayani dengan secara langsung (tatap muka) muncul lewat penampilan, misalnya penampilan serasi dengan cara berbusana, penampilan serasi dengan cara berhias.

4 *Attention* (Perhatian)

Attention (Perhatian) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mengucapkan salam saat pelanggan datang, mempersilahkan duduk apabila antrian panjang, menanyakan keadaan pelanggan, mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan, menghargai setiap pendapat dan saran yang diajukan pelanggan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa yang di pesan (Rusydi, 2017:75).

5. *Action* (Tindakan)

Action atau tindakan adalah kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Tindakan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu meliputi mencatat setiap pesanan/kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan pelanggan yang telah dicatat agar tidak terjadi kesalahan pelayanan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, melakukan survei dan mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan cara pembayaran, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali (Barata, 2004:32).

6. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan perusahaan harus mampu bertanggungjawab melayani setiap pelanggan dari awal hingga

selesai. Pelanggan akan puas jika mereka merasakan tanggung jawab dari perusahaan. Apabila ada pelanggan tidak dilayani secara tuntas akan menjadi citra yang buruk bagi perusahaan.

2.5 Pengertian Pegadaian

Menurut kitab Undang- Undang Hukum perdata pasal 1150 disebutkan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya; dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan barang itu setelah digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.

Secara umum usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang- barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai. Pegadaian terdiri dari dua macam, yaitu pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Pegadaian adalah lembaga yang melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum kredit.

Sebagaimana Misi PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan yang diantaranya adalah :

- Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa INTAN yang terdiri dari ; Inovatif, Nilai Moral Tinggi, Terampil, Adi Layanan, Nuansa Citra.

2.6 Pengertian Nasabah

Menurut Arif (2010:188) nasabah adalah orang yang mempercayakan pengurusan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan yang dengan hal tersebut mengharap imbalan berupa uang atas simpanan tersebut.

Definisi lain menurut Gasperz, (dalam Arif, 2010:189-190) nasabah adalah:

1. Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan.
2. Nasabah adalah orang yang tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung padanya.
3. Nasabah adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
4. Tidak ada seorang pun yang menang berargumentasi dengan pelanggan.
5. Nasabah adalah orang yang sangat penting yang harus dipuaskan.

Menurut Boediono dalam Stinnet, (2013:35) Nasabah adalah sesuatu yang unik dan wajib mendapatkan perhatian dan kepedulian secara sungguh-sungguh dalam hal organisasi berorientasi kepadanya sehingga mampu bertahan pada era persaingan mutu yang semakin lama semakin tinggi. Dalam prakteknya, para pelaku bisnis seringkali nasabah diartikan penerima layanan.

2.7 Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan

Pembiayaan Amanah yang berbasis Syari'ah dari Pegadaian adalah pembiayaan berprinsip syari'ah kepada Pegawai Negeri Sipil dan karyawan swasta ataupun masyarakat luas yang memenuhi kriteria untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Pembiayaan ini merupakan produk dari pegadaian syariah termasuk di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dikhususkan untuk karyawan tetap dan pengusaha mikro dalam memenuhi kebutuhan berkendara dengan cara angsuran. Sebelum pembiayaan diputuskan, terlebih dahulu harus dilakukan penilaian dan analisis kelayakan yang mendalam terhadap calon debitur agar tidak terjadi masalah pembiayaan ataupun macet.

2.8 Fatwa DSN MUI Nomor 92 Tahun 2014

Akad *amanah* adalah akad-akad yang tidak melahirkan kewajiban untuk bertanggungjawab terhadap harta pihak lain ketika harta tersebut rusak, hilang, atau berkurang (kualitas dan kuantitasnya). Khusus untuk Fatwa DSN-MUI No: 92/DSNMUI/VI/2014 tentang Pembiayaan *Ijarah*, dalam hal pembiayaan produk amanah dengan ketentuan Obyek Pembiayaan sebagai berikut:

1. Obyek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa.
2. Manfaat barang atau jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
3. Manfaat barang atau jasa harus yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
4. Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syari'ah.
5. Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan *jahalalah* (ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
6. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya. Bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identifikasi fisik.
7. Akad Amanah dengan *Rahn Tajsili* sehingga tidak mengandung riba.
8. Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual beli dapat pula dijadikan sewa atau upah dalam *Ijarah*.
9. Pembayaran sewa atau upah boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan obyek kontrak.
10. Kelenturan (*flexibility*) dalam menentukan sewa atau upah dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat dan jarak.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis data kualitatif. Menurut Margono (2010:36) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau

dari perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku serta situasi-situasi termasuk tentang hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan -pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh suatu fenomena, yaitu menganalisis bagaimana Peningkatan Kualitas Pelayanan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Amanah.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman Teluk Kuantan Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi Telp. (0760) 20223.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini telah selesai dilaksanakan selama 4 (empat) bulan yaitu semenjak bulan April sampai bulan Juli 2020.

1.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto (2010:173) adalah keseluruhan subjek penelitian individu yang ada, pernah ada dan mungkin ada yang merupakan sasaran yang sesungguhnya dari pada suatu penyelidikan penelitian. Pengertian lain menyebutkan bahwa (Margono, 2010:118) adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan atau tumbuhan atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai atau Karyawan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan yang berjumlah 9 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki (Sugiyono, 2011:81). Ketentuan memilih sampel (Arikunto, 2010, 154) menyatakan apabila populasi lebih dari 100 maka dapat diambil sampel 75%, 50%, 25%, dan 15% atau sesuai kebutuhan, karena sampel dalam penelitian ini kurang dari 100, maka peneliti mengambil populasi secara keseluruhan sebagai sampel (*Total Sampling*) yaitu 9 orang yang masing-masing terdiri dari 1 orang Pimpinan Cabang merangkap Penaksir, 1 orang Kasir, 1 orang Marketing, 2 orang Team Survey dan 4 orang Security yang setiap hari memberikan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan kepada nasabah.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan cara mewawancarai karyawan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan guna mengetahui bagaimana Peningkatan Kualitas Pelayanan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Amanah.

3.4.2 Sumber Data

1) Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi (Sutrisno Hadi 2015:218). Dengan data ini penulis mendapatkan langsung gambaran umum tentang PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dan mengetahui peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Pegadaian

(Persero) UPC Teluk Kuantan khususnya peningkatan jumlah nasabah produk Amanah (pembiayaan kendaraan)

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data kepustakaan tidak hanya berupa teori-teori yang telah matang siap untuk dipakai tetapi dapat pula berupa hasil-hasil penelitian yang masih memerlukan pengujian kebenarannya (Sugiyono, 2011:88). Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, internet dan bahan acuan lainnya yang berhubungan erat dengan konsep peningkatan kualitas pelayanan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Observasi/Pengamatan

Observasi atau pengamatan dilakukan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian

b) Wawancara

Wawancara adalah suatu proses Tanya jawab atau sebuah pertemuan dengan seseorang untuk membahas sesuatu. Pada metode ini, peneliti menggali serta mengumpulkan data penelitian dengan memberikan pertanyaan baik secara lisan maupun menggunakan teknologi komunikasi. (Mardalis, 2010:64)

c) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan melakukan pengumpulan data-data dan arsip PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan serta segala bentuk brosur produk di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan, dan data-data yang relevan dengan penelitian yang dilaksanakan ini.

3.6 Teknik Analisa Data

Setelah mengumpulkan dan mengolah data-data yang ada maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri-sendiri maupun orang lain (Sugiono, 2015: 333)

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa katakata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan ((Bungin, 2011: 143). Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.(Nazir, 2015: 63)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Standar Operasional Pelayanan (SOP) PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan pelayanan dan jumlah Nasabah Produk Amanah adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan digital *Service Mobile*
2. Meningkatkan layanan dengan cara menambah keagenan (Unit)
3. Memperluas Produk dengan meluncurkan layanan berbasis *Faintex*
4. Dengan melengkapi sarana dan prasarana
5. Revitalisasi gudang dan dan logistik

Dengan adanya SOP ini maka seluruh karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan berupaya meningkatkan pelayanan dan jumlah nasabah pada produk Amanah yaitu pembiayaan kendaraan bermotor bagi nasabah.

4.2.1 Standar operasional pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan

PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang diperuntukan bagi masyarakat pada umumnya baik muslim maupun non muslim di bidang ekonomi. Dukungan dari berbagai pihak dalam pengembangan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan bisa membuat tujuan dari perusahaan cepat tercapai. Sejak awal berdirinya memang telah dipersiapkan untuk mencapai suatu perkembangan dengan mengacu pada mutu pelayanan dan penjualan.

Strategi yang digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan sudah sesuai SOP yang dilakukan untuk bisa mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya adalah tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah. Dalam hal ini yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, dimana bidang *Marketing* merupakan bagian dari strategi untuk bisa meningkatkan sekaligus mempertahankan eksistensi perusahaan dimata masyarakat. Ada beberapa standar yang harus diterapkan pihak PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam peningkatan pelayanan diantaranya adalah :

a. *Ability* (Kemampuan)

Pelayanan yang prima diberikan sesuai standart yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan diantaranya adalah *Marketing* harus memiliki kemampuan berkomunikasi dengan nasabah secara sopan santun, selalu menggunakan Bahasa Indonesia atau menyesuaikan dengan daerah setempat sehingga dapat difahami nasabah dengan baik.

Sebagaimana yang peneliti rasakan ketika mengadakan observasi di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan, memang kemampuan yang dimiliki oleh Penaksir, Marketing, Kasir, Tim Survey sampai para Security, memang sudah baik terutama dalam memberikan pelayanan kepada Nasabah, dimana mereka dengan ramah bertanya kepada nasabah tentang apa keperluan dan kebutuhan nasabah, sehingga bagi nasabah baru yang pertama kali datang ke pegadaian ini mereka tidak perlu ragu karena kemampuan karyawan pegadaian dalam memberikan layanan sudah sesuai standar.

b. *Attitude* (Sikap)

Sikap merupakan bahasa tubuh yang menunjukkan perilaku sopan dan menghormati keberadaan orang lain. Dimana sikap yang respek atau peduli dengan keberadaan orang lain disekelilingnya, apabila ada nasabah atau calon nasabah yang hendak bertransaksi, maka seorang Security serta *Marketing* harus mampu melayani dengan memberikan senyum serta bersikap ramah dan siap membantu keperluan nasabah.

Keadaan seperti ini juga peneliti rasakan dimana ketika peneliti membutuhkan kegiatan wawancara dengan Pimpinan Cabang, Security dan Marketing, sikap mereka dalam melayani sangat sopan dan terbuka serta bersedia membantu peneliti tanpa merasa sibuk atau sungkan, sikap mereka sangat sopan

sekali sehingga peneliti merasa nyaman untuk mengadakan wawancara dengan mereka.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan merupakan salah satu faktor penting dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah, bagi para karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan harus berpenampilan rapi, menarik, wangi, sopan dan tidak bertentangan dengan etika ketimuran. Bagaimana akan mampu memberikan pelayanan prima jika mereka tidak mampu untuk tampil rapi dan menarik dimata nasabah.

Hal ini tidak berbeda jauh dimana ketika peneliti mengadakan observasi langsung peneliti melihat bahwa penampilan para karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan cukup sopan dan sesuai standar atau ketentuan yang ditetapkan pihak pegadaian, mereka tampil rapi, tidak norak, tetap wangi dan berbaju seragam dinas yang sudah ditetapkan pihak pegadaian sehingga terlihat menarik untuk dipandang.

d. *Attention* (Perhatian)

Attention atau atensi atau perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki semua karyawan, terutama mereka yang berhadapan langsung dengan nasabah. Hal ini merupakan bentuk kepedulian kepada nasabah atau tamu, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan mereka, serta pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan.

Dalam melakukan aktivitasnya, seorang Marketing, Penaksir dan Kasir haruslah senantiasa memperhatikan dan mendahulukan keinginan atau kebutuhan Nasabah, termasuk di dalamnya tamu di pegadaian tersebut. Apalagi jika nasabah atau tamu tersebut sudah menunjukkan tanda membutuhkan bantuan atau pelayanan, maka seharusnya Marketing, penaksir, kasir ataupun Security bergegas atau menunjukkan atensi untuk segera melayani dengan cepat, sopan dan ramah.

Kedua seperti ini telah dirasakan oleh peneliti secara langsung, dimana ketika peneliti datang ke lokasi nasabah sedang ramai dan antri, namun Security dan Marketing dengan sopan dan selalu berkata agar nasabah tetap sabar serta menuruti antrian sesuai dengan nomor antri atau posisi kedatangan nasabah, sehingga dengan sabar peneliti tetap menunggu giliran untuk melakukan wawancara dengan Pimpinan Cabang .

e. *Action* (Tindakan/ Ucapan)

Action (tindakan) adalah lanjutan dari pemenuhan kebutuhan nasabah atas apa yang menjadi kebutuhan nasabah tersebut. Hal yang perlu dilakukan di tahap *action* ini adalah, melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan / keinginan nasabah atau tamu kita, jika kurang yakin dan lebih baik lakukan konfirmasi dengan sopan.

Jika diperlukan, dapat dilakukan pencatatan, apalagi jika permintaan tersebut cukup beragam, dan jika hal ini adalah bagian dari transaksi, maka permintaan tersebut bisa dicatat di form yang harus sudah disiapkan. Jika karyawan tersebut berada di bagian yang berhubungan dengan transaksi (Teller), maka prosedur transaksi harus menjadi prioritas, tentu dengan ramah dan kesopanan yang tinggi. Jangan lupa untuk mengucapkan terimakasih, dan tanyakan apa masih ada hal lain yang bisa dibantu, sembari merapatkan kedua telapak tangan sebagai tanda menghormati dan menghargai.

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan ternyata Standar operasional pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan secara keseluruhan telah sesuai dengan standar operasional yang sudah ditentukan oleh PT. Pegadaian tersebut, akan tetapi masih ada beberapa kendala kecil yang harus diatasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga kekurangan tersebut bisa lebih diminimalisir dan pegadaian dapat lebih maksimal dalam memberikan pelayanan kepada Nasabah

4.2.2 Faktor pendukung dan penghambat PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah Nasabah Produk Amanah.

Setiap usaha apapun baik berupa pelayanan pasti memiliki hambatan dan kekurangan, berdasarkan hasil observasi yang peneliti laksanakan, maka ada beberapa faktor yang mendukung dan menghambat PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah Nasabah Produk Amanah diantaranya adalah :

4.2.2.1 Faktor pendukung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah produk amanah

Faktor pendukung adalah yang mendorong atau menunjang pelayanan prima, sebagaimana telah diuraikan diatas adalah :

- a) Proses Transaksi telah diinovasi dengan koneksi atau terakses langsung ke pihak perbankan, bisa melalui ATM, proses transaksi serba digital, aplikasi data Nasabah di Web dan bisa diakses dengan Laptop atau *Hanphone* android
- b) Sistem pembayaran angsuran bebas mau ditransfer dari mana saja dan tidak harus datang ke PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan sehingga memudahkan Nasabah
- c) Nasabah bebas memilih kendaraan langsung ke dealer terdekat sesuai jenis kendaraan yang diinginkan setelah selesai di Survey dan sudah selesai pentaksiran dan persetujuan dari PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan sehingga keinginan Nasabah tercapai.
- d) Angsuran kredit Produk Amanah sangat ringan dan DP yang diberikan hanya 10% dari harga kendaraan yang diinginkan Nasabah
- e) Pelayanan cepat, tepat dan hanya dalam 15 menit sudah selesai proses dan dalam 1 hari bisa menyelesaikan minimal 100 transaksi.
- f) Seluruh karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan melayani Nasabah dengan sikap tanggap, ramah, murah senyum, sopan dan senantiasa menyapa dan menanyakan keperluan Nasabah serta kabar nasabah tersebut.
- g) Selalu berupaya mengadakan promosi seperti Webinar, keramaian atau iklan di media sosial dan media cetak untuk Nasabah produk Amanah.

4.2.2.2. Faktor penghambat dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah produk amanah.

Faktor yang menghambat pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan yaitu berupa kendala leletnya jaringan, keterbatasan mesin ATM, keterbatasan lahan parkir dan ada nasabah yang sibuk untuk menyelesaikan urusan ketika akan membuka rekening. Untuk lebih jelasnya faktor penghambat dalam memberikan pelayanan prima tersebut antara lain yaitu :

- a. Keadaan fasilitas ruangan yang belum sesuai standar dimana ruangan masih memiliki kapasitas terbatas dan kurang nyaman bila Nasabah produk Amanah antri dalam menunggu giliran layanan.
- b. Merosotnya perekonomian masyarakat karena Covid 19 sehingga transaksi pada Produk Amanah sedikit berkurang semenjak wabah Corona.
- c. Kurang lengkapnya bahan pengajuan Nasabah yang terkadang kurang memahami proses pengajuan Gadai sehingga harus dilengkapi terlebih dahulu.
- d. Nasabah terkadang meninggalkan berkasnya begitu saja sehingga pencairan atau proses pengambilan kendaraan dalam pembiayaan produk Amanah menjadi tertunda sampai 1 atau 2 hari kemudian dikarenakan Nasabah tidak mengabari PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan.
- e. Naiknya DP selama Wabah Covid 19 menjadi 40% dari harga kendaraan sehingga terasa membebani Nasabah yang tengah dilanda kesulitan dan kemerosotan ekonomi.

4.2.3 Pembahasan

Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti pada PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan dapat dinyatakan bahwa :

- a) Analisa kesesuaian SOP PT Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan
 1. Standar Operasional Prosedur tentang meningkatkan digital *service mobile*
Menurut Bapak Ridha Firdaus, saat ini proses transaksi yang dilakukan oleh nasabah tidak perlu langsung ke Pegadaian karena sudah biasa diakses melalui internet dan Handpon (HP) serta sistem pembayaran angsuran kredit pada produk amanah biasa dilakukan dengan ATM mana saja dan kapan saja tanpa dipungut biaya, sehingga dari hal dapat dinyatakan bahwa PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan sudah mengembangkan program digital *service mobile* sehingga nasabah telah lebih mudah melaksanakan transaksi.(Wawancara tanggal 25 Juli 2020)
 2. Meningkatkan layanan dengan cara menambah keagenan
Dari hasil observasi yang peneliti laksanakan dilapangan, untuk sementara waktu PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan belum menambah keagenan dikarenakan keterbatasan relasi dan jumlah karyawan
 3. Memperluas produk dengan meluncurkan layanan berbasis Fainteks
Berdasarkan wawancara dengan bapak Ridha Firdaus beliau menyatakan bahwa telah mengupayakan produk berbasis Fainteks pada produk gadai emas, namun saat ini akan diupayakan untuk terus merambah keproduk-produk lainnya sehingga menjadi lebih merata dan lebih ekonomis (Wawancara tanggal 25 Juli 2020)
 4. Melengkapi Sarana dan prasarana
Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ridha Firdaus beliau menyatakan bahwa saat ini perusahaan sedang mengupayakan untuk pemindahan ke gedung baru yang memiliki fasilitas lebih lengkap dan lahan parkir yang lebih luas demi kenyamanan nasabah dalam bertransaksi (Wawanacara tanggal 25 Juli 2020).
 5. Revitalisasi Gudang dan Logistik
Sebagaimana hasil observasi dan wawancara dengan Bapak Ridha Firdaus beliau menyatakan bahwa dalam hal melengkapi sarana dan parasarana juga termasuk merevitalisasi gudang dan logistik yang saat ini memiliki kapasitas terbatas dalam penyimpanan dan persediaan barang (Wawancara tanggal 25 Juli 2020)

- b) Analisa Faktor penghambat dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah produk amanah

Ada beberapa upaya yang akan dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah produk amanah diantaranya adalah :

- a. Menyediakan lahan parkir yang lebih luas untuk kemudahan nasabah dalam memarkir kendaraannya serta menjamin keamanan selama nasabah berurusan dengan PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan.
- b. Merenovasi ruangan Pegadaian dengan memperbesar serta menambah beberapa fasilitas ruangan sehingga menjadi lebih nyaman untuk nasabah ketika menunggu giliran untuk bertransaksi.
- c. Berupaya menyelesaikan pelayanan transaksi dalam waktu yang telah ditentukan PT. Pegadaian yaitu selama 15 menit.
- d. Seluruh karyawan dan security telah menguasai seluruh produk syari'ah maupun kekonvensional secara umum untuk melayani pertanyaan nasabah.

Dari dua hal yang diuraikan diatas ternyata ada beberapa faktor yang mendukung dan menghambat PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah Produk Amanah, namun demikian segala bentuk faktor pendukung dan penghambat menjadikan tantangan tersendiri bagi pihak Pegadaian untuk lebih memaksimalkan pelayanan dan mampu meningkatkan jumlah nasabah produk amanah.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Peningkatan Kualitas Pelayanan Oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Amanah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Standar operasional pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan bahwa Standar operasional pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah dan secara keseluruhan telah sesuai dengan standar operasional yang sudah ditentukan oleh Pegadaian tersebut, akan tetapi masih ada beberapa kendala kecil yang harus diatasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga kekurangan itu bisa diminimalisir dan pegadaian lebih maksimal dalam memberikan pelayanan kepada Nasabah
2. Faktor pendukung dan penghambat pelayanan di dalam meningkatkan jumlah Nasabah Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan ternyata ada beberapa faktor yang mendukung dan menghambat PT. Pegadaian (Persero) UPC Teluk Kuantan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah nasabah Produk Amanah, namun demikian segala bentuk faktor pendukung dan penghambat menjadikan tantangan tersendiri bagi pihak Pegadaian untuk lebih memaksimalkan pelayanan dan mampu meningkatkan jumlah nasabah produk Amanah

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Ibu Ir. Hj. Elfi Indrawanis, MM selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
2. Bapak Zul Ammar, SE., ME selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
3. Ibu Meri Yuliani, S.E.Sy. M.E.Sy sebagai Ketua Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS) sekaligus sebagai pembimbing II bagi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, tunjuk ajar dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Wigati Iswandhiari, ST., MM selaku pembimbing I yang telah banyak mencurahkan waktunya untuk membimbing penyelesaian skripsi ini
5. Ibu Dian Meliza, SHI., MA selaku Pembimbing Akademik bagi penulis yang juga telah banyak memberikan arahan
6. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan dan mencurahkan ilmu pengetahuan, pengalaman dan keterampilan selama kuliah di Fakultas Sosial Prodi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
7. Bapak Ridha Firdaus selaku Pimpinan Cabang serta segenap karyawan PT. Pegadaian (Persero) UPC. Teluk Kuantan yang telah banyak membantu penulis dan memberikan kemudahan untuk memperoleh data
8. Ayahanda (M. Jalaludin) & Ibunda (Syaflinar) tersayang yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil yang sangat luar biasa kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan. Sungguh kasih sayang, pengorbanan dan do'a tulus mereka tidak akan pernah terbalas dengan apapun yang ada di dunia ini.
9. Kepada rekan-rekan (seluruh mahasiswa perbankan syari'ah angkatan I) yang turut memberi motivasi kepada penulis.

Terima kasih yang tak terhingga kepada semua dan seluruh pihak yang telah berjasa yang tak bisa dituliskan satu persatu dalam membantu penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan akan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat hendaknya. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata, 2013. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Andri Soemitra, 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, Suharsimi, 2015. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bill Stinnet. *Think Like Your Customer*. Jakarta: Alex Media Komputindo
- Burhan Bungin, 2011. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2015. *Service, Quality & Satisfaction*, Ed.II. Yogyakarta : Andi Offset.

- Fandy Tjiptono, 2014. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Freddy Rangkuti, 2016. *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar, 2015. *Studi Kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*. Jakarta : Gramedia.
- Kasmir, 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2017. *Customer Service Excellent Teori dan Praktek*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Malayu S.P Hasibuan, 2011. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardalis, 2010. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Muhammad Firdaus, 2005. *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah Kontemporer*, Jakarta: Renaisan.
- Mhd. Rusydi, 2017. *Customer Excellent*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Moh Nazir, 2015. *Metode Penelitian*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Nurul Huda dan Muhammad Heykal, 2010, *Lembaga Keuangan Islam dalam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Penerbit Alfabeta,
- Sutrisno, Hadi, 2015. *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset.
- S. Margono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT. Rhinneka Cipta.
- Veithzal Rivai, 2007. Andria Permata, Ferry, *Bank and financial Institution Management* PT Raja Grafindo Persada.

Jurnal

- Dewan Syariah Nasional MUI, “Fatwa DSN NO: 68/DSN-MUI/III/2008” (Online)tersediadi :[https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/.rahn-tasjily:\(25Februari 18\)](https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/.rahn-tasjily:(25Februari 18))
- Faradisa, H Leonardo Budi, dan Minarsih. 2016. *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)*. *Jurnal of Management*, Vol. 2. No.2.
- Pawestriningtyas, Nining Catur, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.32, No.2

