

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Banyaknya lembaga keuangan di Indonesia saat ini yang sangat membantu masyarakat, salah satu lembaga keuangan yang saat ini sangat membantu masyarakat dalam hal pembiayaan dalam bentuk gadai yaitu pegadaian, yang saat ini masih dikelola oleh pemerintah guna untuk menopang kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan utama. Karna pegadaian memiliki tingkat suku bunga yang sangat rendah, hal ini yang sangat membantu masyarakat dari segi pembiayaan dalam bentuk gadai.

Direktur Utama Pegadaian Kuswiyoto menyatakan, pandemi Covid-19 ini cukup memberikan tantangan bagi kinerja bisnis Pegadaian hingga berdampak pada perlambatan kinerja keuangan. Namun demikian Ia bersyukur di tengah kesulitan ekonomi saat ini, Pegadaian terus memberikan solusi keuangan terbaik bagi banyak orang. PT Pegadaian (Persero) mencatat kenaikan nasabah sebesar 21,4% dari 15 juta orang pada 30 Juni 2020 menjadi 18 juta orang pada 30 Juni 2021. Penambahan nasabah ini berdampak pada peningkatan omset bisnis gadai tumbuh 6,1% dari Rp.75,57 triliun menjadi Rp.80,18 triliun. Kenaikan omset tersebut terdiri dari gadai konvensional naik 5,9% dari Rp.64,21 triliun menjadi Rp.67,98 triliun dan gadai syariah naik 7,4% dari Rp.11,36 triliun menjadi Rp.12,2 triliun.

Pegadaian juga perlu banyak hal yang harus diperhatikan untuk menjaga agar nasabah loyal terhadap usaha yang didirikan serta produk yang disajikan oleh pegadaian tersebut. Menurut Kotler dan Keller kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan. Artinya semakin tinggi hasil yang dapat diberikan oleh Badan Usaha Milik Negara maka hasil yang

diberikan semakin bagus juga tingkat kualitas yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2015:133) mengatakan bahwasanya ada 5 dimensi dalam kualitas pelayanan yang merupakan penyederhanaan dari sepuluh dimensi kepuasan. Beberapa diantaranya ialah keandalan (*reability*) yang artinya kemampuan usaha dalam memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyajikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Selain itu berwujud (*tangible*) berkenaan dengan daya tarik fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Artinya bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi kunci dalam menjaga loyalitas konsumen sehingga mereka mampu merasakan kepuasan terhadap kualitas dari produk dan pelayanan yang disajikan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, perolehan pengguna, atau konsumsi yang mungkin dapat memuaskan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2014:256). Sedangkan menurut Tjiptono, (2012), kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dapat juga disimpulkan bahwa kualitas produk ialah menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen, dimana suatu barang yang kita berikan itu memiliki kualitas yang sangat baik agar konsumen bisa mendapatkan kepuasan dari produk yang kita punya.

Menurut Kotler dan Keller (2016;156) kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karate suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono, (2014;317) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi konsumen. Adakala pengertian kualitas pelayanan ialah suatu

tingkah seseorang (karyawan) yang memiliki kualitas dalam melayani konsumen agar konsumen bisa merasakan kepuasan, dimana hal ini sangat berpengaruh terhadap konsumen, karna pelayanan menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas itu datang dari pelayanan yang berkualitas yang dilakukan oleh karyawan terhadap konsumen, hal ini sangat bagus terhadap kepuasan konsumen pada pengadaan.

Pada penelitian ini penulis mengambil data nasabah gadai emas pada PT Pegadaian Cabang Palembang, berikut adalah jumlah data nasabah produk gadai emas PT Pegadaian Cabang Palembang:

**Tabel 1.1**

**Tabel Nasabah Gadai Emas**

Produk	2019	2020	2021
Gadai Emas	712	823	1079

*Sumber: Data pt pegadaian cabang palembang*

Kualitas produk dalam penelitian ini juga penting untuk dilakukan agar dapat diketahui produk-produk yang ditawarkan apakah mampu untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen pengadaan. Karna semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan, maka akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen pengadaan karna mampu memberikan kepuasan bagi konsumen.

Semakin tinggi tingkat profesionalisme suatu karyawan pada PT Pegadaian maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan menjadi lebih tinggi. Secara tidak langsung pelanggan akan merasa puas dengan *treatment* yang

diberikan pada saat berkunjung ke pegadaian. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis strategi dari kedua variabel tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang dan fenomena yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas penelitian yang berjudul :**“Pengaruh Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pegadaian Cabang Palembang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Pegadaian Cabang Palembang?
- 2 Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pegadaian Cabang Palembang?
- 3 Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dalam penelitian ini, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi yaitu mengenai pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pegadaian Cabang Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen Pada PT Pegadaian Cabang Palembang.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Pegadaian Cabang Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisi.

##### 1. Manfaat untuk teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi ilmiah bagi para peneliti lain yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen suatu usaha.

##### 2. Manfaat untuk praktisi

###### a. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan menambah pengetahuan baru bukan hanya bagi para akademis namun juga para peneliti nantinya terkait pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan pada PT Pegadaian Cabang Palembang.

###### b. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai bahan evaluasi terhadap strategi Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen usaha yang didirikan