

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non bank, yang sudah sejak lama berada di Indonesia. Adanya pegadaian merupakan usaha untuk mengurangi pegadaian ilegal dan litah darat. Banyak masyarakat yang telah menggunakan pegadaian sebagai salah satu sarana untuk bertransaksi. Pegadaian Syariah merupakan unit syariah dari Perusahaan umum. Hadirnya Pegadaian Syariah merupakan kabar yang menggembirakan, karena karakternya yang bebas dari bunga.

Di era modern, seperti sekarang ini teknologi dan komunikasi telah mendorong kemajuan dalam teknologi produk dan proses. Dampak positif dari perkembangan teknologi informasi maupun komunikasi saat ini adalah memberi fasilitas dalam mendapatkan pelayanan informasi dan transaksi. Dengan berkembangnya iptek juga mempermudah manusia untuk menjalani aktivitasnya, karena semua kegiatan dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Salah satu bukti adanya perkembangan teknologi adalah dengan munculnya berbagai macam produk yang ditawarkan kepada nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan antar perusahaan sudah semakin ketat.

Bervariatifnya model pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa berdasarkan kebutuhan serta keinginan nasabah. Kondisi persaingan yang sangat ketat seperti saat ini, menggambarkan jasa pelayanan dengan kualitas pelayanan yang akan membentuk citra positif dan dapat mendorong nasabah merasakan kepuasan, ini merupakan salah satu tujuan sebuah perusahaan (Sugiharto, 2010). Pegadaian Syariah di Yogyakarta hingga saat ini telah memberikan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan sehingga sangat diminati oleh masyarakat Yogyakarta, namun dengan adanya perkembangan teknologi di era global seperti saat ini yang menuntut semuanya serba cepat, termasuk juga pelayanan dari Pegadaian Syariah Yogyakarta. Untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah, sejak Januari 2018 Pegadaian Syariah pusat akhirnya meluncurkan aplikasi Pegadaian Syariah Digital (hasil wawancara dengan Yayuk Suyati). Hadirnya aplikasi ini diharapkan akan membantu para nasabah melakukan transaksi melalui *smartphone* tanpa harus melakukan transaksi secara manual. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital ini memiliki banyak *fitur* untuk memenuhi semua kebutuhan transaksi nasabah di Pegadaian Syariah.

Hampir semua transaksi pembiayaan di Pegadaian Syariah sudah tersedia di aplikasi Pegadaian Syariah Digital. Beberapa contoh *fitur* yang tersedia pada aplikasi ini seperti, tersedia informasi mengenai produk-produk Pegadaian Syariah, *booking* gadai *online*, pengajuan pembiayaan, pembukaan rekening tabungan emas, pembayaran transaksi gadai, pembayaran transaksi tagihan, dan dapat juga melakukan transaksi

pembayaran tagihan PLN (perusahaan listrik negara), PDAM (perusahaan daerah air minum), Indihome, Token Listrik dan tagihan lain sebagainya, aplikasi Pegadaian Syariah Digital ini juga menyediakan informasi secara lengkap baik itu pembukaan rekening tabungan atau informasi skala perkembangan harga emas. Demi kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran maka pihak Pegadaian Syariah telah menyediakan *fitur* yang menggunakan metode bayar *virtual account* melalui Bank BNI. Nasabah dengan mudah bisa melakukan pembayaran semudah melakukan *transfer* Bank, dan dalam waktu dekat pihak Pegadaian Syariah akan menambah lagi beragam metode pembayaran di dalam aplikasi Pegadaian Syariah Digital ini. (Kumparan, 13 Februari 2018)

Pegadaian Syariah mempunyai 1 (satu) cabang dan 7 (tujuh) kantor *outlet* Pegadaian Syariah di Yogyakarta yang beralamat Pegadaian Cabang Syariah Kusumanegara, UPS Ngampilan, UPS Pasar Telo, UPS Bantengan, UPS Bareng, UPS Mlati, UPS Sariharjo, UPS Terban, UPS Munggur (sumber: www.pegadaiansyariah.co.id). Pihak Pegadaian Syariah kota Yogyakarta berharap di era modern ini Lembaga Pegadaian Syariah kota Yogyakarta dapat menyesuaikan harapan para nasabah dan dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada agar Lembaga Pegadaian Syariah tetap maju dan tidak tertinggal. Agar para nasabah tidak perlu repot-repot melakukan transaksi secara manual lagi yang dapat membantu permasalahan nasabah dalam hal apapun yang menyangkut pembiayaan di

Pegadaian Syariah, dan agar dapat melakukan transaksi cepat serta dapat beralih menggunakan sistem pelayanan secara *online* dengan menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital.

Namun berdasarkan observasi dari aplikasi Pegadaian Syariah Digital saya menganalisis ulasan beberapa nasabah yang pernah menggunakan sementara aplikasi Pegadaian Syariah Digital bahwa pelayanan di dalam *fitur* aplikasi Pegadaian Syariah Digital masih banyak kekurangan dan terbilang belum cukup membantu dalam menyelesaikan permasalahan nasabah, untuk melakukan transaksi pembiayaan di Pegadaian Syariah karena sistem dari aplikasi ini masih sering *error* saat digunakan dan sangat tidak membantu para nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*. Akhirnya banyak nasabah yang mengurungkan niat untuk melakukan transaksi secara *online* lewat aplikasi, dan lebih memilih pelayanan secara manual. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital memang masih mempunyai banyak kekurangan dibandingkan dengan aplikasi milik Pegadaian Konvensional karena sistemnya masih sering *error*, namun untuk memberikan pelayanan kepada nasabah pihak Pegadaian Syariah langsung melapor kepada Lembaga IT (Ilmu Teknologi) yang ada di pusat untuk memberitahukan masalah-masalah yang timbul di dalam aplikasi tersebut agar dapat segera diperbaiki dan untuk melakukan transaksi memang masih terbilang sedikit membutuhkan kesabaran jika sistemnya *error*, dan di kota Yogyakarta sendiri nasabah yang benar-benar pengguna Aplikasi Pegadaian

Syariah Digital memang terbilang belum cukup banyak, bisa di kategorikan masih sedikit dibandingkan dengan pengguna pelayanan secara manual.

Namun Aplikasi Pegadaian Syariah Digital ini masih tetap ada dan masih sering digunakan oleh beberapa nasabah, aplikasi ini rata-rata banyak digunakan oleh kalangan bapak-bapak yang tergolong kalangan yang masih muda yang memang sering berinteraksi melalui *smartphone Android*. Aplikasi ini membantu para nasabah melakukan transaksi ke pihak Pegadaian Syariah di kota Yogyakarta, dengan jumlah nasabah dari 2016-2019 sebesar 3288 nasabah pengguna aplikasi Pegadaian Syariah Digital di kota Yogyakarta berjumlah 150 pengguna yang sudah bertransaksi dari akhir tahun 2019 di Pegadaian Syariah Yogyakarta UPS Pasar secara *online*. Sedangkan pada Pegadaian Syariah UPS Mlati nasabah yang telah melakukan transaksi menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital berjumlah 117 nasabah. Nasabah hanya perlu mengakses lewat aplikasi untuk melakukan transaksi jenis apapun yang tersedia di Pegadaian Syariah, di sini aplikasi Pegadaian Syariah Digital sangat membantu sebagai perantara nasabah melakukan transaksi *online* ke pihak Pegadaian Syariah, *fitur* di dalam aplikasi tersebut sangat lengkap dan sama persis dengan yang tersedia di *outlet* Pegadaian Syariah, dengan adanya aplikasi ini juga memberi banyak manfaat serta pengetahuan kepada nasabah terhadap semua produk-produk Pegadaian Syariah, tetapi kekurangan dari aplikasi ini sistem dari aplikasinya yang masih terbilang kurang memadai karena saat melakukan transaksi sering terjadi kesalahan dan *error*.

Pegadaian Syariah tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanannya saja tetapi juga meningkatkan *branding* yang ada, selain persaingan dalam hal pelayanan para perusahaan terutama yang bergerak dalam bidang jasa juga bersaing dalam merek yang mereka keluarkan. Merek merupakan peran penting yang menghubungkan antara harapan nasabah pada perusahaan yang menjanjikan sesuatu pada nasabah. Merek merupakan salah satu perantara untuk mengikat nasabah dengan produk. Kekuatan persaingan ada di merek dengan demikian apabila ekuitas merek suatu perusahaan semakin tinggi maka akan rasa puas nasabah juga semakin tinggi serta akan meningkatkan daya tarik dimata nasabah untuk menggunakan produk tersebut secara berulang-ulang (Tetty, 2015). Ekuitas merek merupakan sebuah kekuatan dari merek, jika dilihat dari sisi perusahaan, dengan merek yang kuat maka perusahaan dapat mengelola aset yang dimiliki dengan baik, selain itu dapat meningkatkan arus kas, serta dapat memperluas pangsa pasar, menentukan harga premium, memangkas biaya, menaikkan penjualan, menjaga stabilitas, dan meningkatkan keunggulan kompetitif (Sriyanto, 2015).

Dari hasil penulisan Chaniago Aspizain "*The Effects Of Service Quality And Corporate Rebranding on Brand Image, Customer Satisfaction, Brand equity and Customer Loyalty: Study In Advertising Company At TVONE*", dalam penulisan ini menggunakan 144 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan

analisis deskriptif dan inferensial SEM. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *brand equity* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah serta berpengaruh juga terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penulisan dari *Qu Yuanweil and Supasit Lertbuasin* “*The Influence of Service Quality And Brand equity On Customer Loyalty Of 5 Star Hotels In Yunan Province Of China*”, hasil dari penulisan ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan ekuitas merek memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul penulisan ini tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegadaian Syariah Digital dan *Brand Equity* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Unit Pegadaian Syariah)”.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang dan pokok permasalahan di atas dapat diketahui rumusan masalah yang perlu diteliti adalah :

1. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah?
2. Bagaimana pengaruh antara *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah?

3. Bagaimana pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka penulisan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui secara rinci pengaruh kualitas pelayanan Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui secara rinci pengaruh *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui secara rinci pengaruh kualitas pelayanan dan *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah.

D. Kegunaan Penulisan

Dari rumusan masalah di atas maka dapat di lihat manfaat penulisan ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Guna memperluas wawasan, ilmu pengetahuan serta pengalaman yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah.

2. Pihak perusahaan

Digunakan untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran lagi bagi PT. Pegadaian Syariah terutama yang berkaitan dengan pengaruh

kualitas pelayanan dan *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah.

3. Bagi Lembaga Akademisi

Dapat dimanfaatkan sebagai literatur selanjutnya dan memberikan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *brand equity* Pegadaian Syariah Digital terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah

E. Sistematika Pembahasan

Guna mendapatkan pembahasan yang sistematis dan hasil penulisan yang baik dan mudah dipahami, maka penulis perlu menyusun dan memberi gambaran mengenai isi penulisan ini. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan sistematika pembahasan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Bab ini berupa penjabaran teori-teori yang mendukung hipotesa penulisan, serta terdapat pembahasan penulisan-penulisan terdahulu.

BAB III METODE PENULISAN

Bab ini menerangkan tentang metode penulisan yang terdiri dari jenis penulisan, populasi dan sampel penulisan, teknik pengumpulan

data, definisi operasional dan variabel, instrumen penulisan dan analisis data

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan pengaruh kualitas pelayanan dan *brand equity* terhadap kepuasan nasabah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang bersifat membangun untuk pihak yang bersangkutan.

