

ANALISA KUALITAS LAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (SERVICE QUALITY), IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DAN PGCV (POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE) TERHADAP KINERJA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MEGAMAS MANADO

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY USING SERVQUAL (SERVICE QUALITY), IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) AND PGCV (POTENTIAL GAIN CUSTOMER VALUE) METHODS ON THE PERFORMANCE OF PT.PEGADAIAN (PERSERO), MEGAMAS MANADO BRANCH

Oleh:

Evan A J Mamangkey¹

James D D Massie²

Hendra N Tawas³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail:

¹mamangkeyevan@gmail.com

²jamesmassie@unsrat.ac.id

³hendranovitawas1971@gmail.com

Abstrak: Keadaan ekonomi Indonesia dewasa ini mengalami peningkatan. Banyak perusahaan-perusahaan berkompetisi untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan melalui kualitas layanan yang di berikan. Perusahaan jasa yang bergerak di bidang keuangan non-bank sangat ramai diminati saat ini, mulai dari biaya bunga pinjaman yang lebih kecil dan jumlah tenor maupun biaya tenor yang cukup dijangkau semua kalangan masyarakat, namun perusahaan jasa non-bank sekarang mulai meramba sektor pembiayaan kendaraan bermotor dan elektronik, investasi, dan pembiayaan traveling. Perusahaan jasa non-bank menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lewat pinjaman. Tujuan mengetahui seberapa besar perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan dan juga agar menjadi bahan pertimbangan perbaikan kualitas layanan berdasarkan metode Servqual, IPA, dan PGCV pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado. Penelitian ini melibatkan 30 nasabah aktif PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir seluruh item pernyataan belum melebihi ekpetasi atau harapan pelanggan. Item 1,8, dan 19 menjadi prioritas dalam diagram kartesius karena memiliki nilai persepsi yang rendah namun nilai ekpetasinya tinggi. Namun yang menjadi perhatian utama untuk dilakukan perbaikan dengan metode PGCV yaitu item 4 "Ketersediaan tempat parkir yang memadai". Dari hasil penelitian Servqual, IPA, dan PGCV PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado dapat melakukan perbaikan secepatnya dan lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: *Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), dan Potential Gain Customer Value (PGCV)*

Abstract: *The current state of the Indonesian economy has increased. Many companies compete to provide satisfaction to customers through the quality of service provided. Service companies engaged in non-bank finance are in great demand at this time, starting from lower loan interest costs and the number of tenors and tenor fees that are quite affordable for all people, but non-bank service companies are now starting to explore the motor vehicle financing sector and electronics, investment, and travel financing. Non-bank service companies are the main choice to meet community needs through loans. The goal is to find out how much difference is between customer perceptions and expectations and also to be taken into consideration for improving service quality based on the Servqual, IPA, and PGCV methods at PT. Pegadaian (Persero), Megamas Manado Branch. This study involved 30 active customers of PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado. The results of this study indicate that almost all statement items have not exceeded customer expectations or expectations. items 1,8, and 19 are priorities in the Cartesian diagram because they have low perceptual values but high expectation values. However, the main concern for improvement using the PGCV method is item 4 "Availability of adequate parking spaces". From the results of research Servqual, IPA, and PGCV PT. Pegadaian (Persero) Branch of Megamas Manado can make repairs as soon as possible and pay more attention to customer needs.*

Keywords: *Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), and Potential Gain Customer Value (PGCV)*

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Keadaan ekonomi Indonesia dewasa ini mengalami peningkatan. Banyak pengusaha-pengusaha baru yang bermunculan dan terjun dalam dunia bisnis. Mulai dari bisnis retail, barang-barang konsumtif, perbankan dan non perbankan, restoran dan lain-lain. Dengan kata lain persaingan dunia bisnis di Indonesia mulai meningkat. Dengan adanya persaingan disini maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing.

Perusahaan BUMN merupakan salah satu penyumbang pendapatan negara non-pajak melalui keuntungannya, Salah satunya yaitu PT. Pegadaian (persero). PT. Pegadaian (persero) adalah perusahaan negara non-bank yang bergerak dalam bidang jasa pemberian kredit berdasarkan hukum gadai, artinya pemberian pinjaman kepada nasabah berdasarkan penyerahan agunan atau disebut barang jaminan. Agunan yang diterima PT. Pegadaian (persero) yaitu, barang bergerak meliputi barang elektronik (HP dan Laptop), emas perhiasan (gelang, kalung, anting, cincin, dan lain-lain), alat rumah tangga, mobil, sepeda motor, dan produk yang terbaru yaitu gadai Tanah (sertifikat). Adapun PT. Pegadaian juga telah memiliki produk investasi yaitu tabungan emas, Mulia (investasi emas berupa angsuran emas batangan, tunai emas batangan, dan arisan emas batangan) dan konsinyasi emas. PT. Pegadaian (persero) adalah salah satu perusahaan terbaik yang dimiliki oleh BUMN. Semuanya itu dibuktikan dari beberapa pencapaian yang telah di raih diantaranya, laba bersih yang diterima setiap Tahunnya meningkat, jumlah nasabah yang meningkat dan penghargaan nasional maupun internasional yang di raih.

Pencapaian yang di raih PT. Pegadaian saat ini tidak luput dari usaha seluruh Karyawan perusahaan. Tingkat kualitas layanan yang di berikan serta penawaran produk yang menggiurkan membuat perusahaan semakin eksis. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 2007) tujuan bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan agar merasa puas. Jika kualitas jasa unggul dan konsisten maka dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan para pelanggannya serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang. Kualitas layanan yaitu sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Jadi pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering dan sebaliknya pelayanan yang bertaraf rendah juga akan menghasilkan kekecewaan bagi konsumen dan bisa dipastikan konsumen tidak akan kembali lagi.

Dalam menghadapi persaingan di era digital PT. Pegadaian (persero) telah memiliki cabang sebanyak 4.319 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu di antaranya yaitu Pegadaian Cabang Megamas Manado. Untuk memenangkan persaingan Pegadaian cabang megamas Manado harus memiliki pengetahuan terhadap kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas layanan yang di berikan oleh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado yang ditinjau dari aspek persepsi (kinerja) menurut penilaian nasabah.
2. Mengetahui kualitas layanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado kepada pelanggan yang ditinjau dari aspek ekspektasi (kepentingan) menurut penilaian nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA**Manajemen Pemasaran**

Grad Theory yang digunakan dalam penelitian ini mengenai manajemen pemasaran. Menurut Suparyanto & Rosad (2015) manajemen pemasaran adalah sebagai berikut : “Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.”

Pemasaran Jasa

Groonros (Tjiptono dan Chandra, 2011) jasa adalah serangkaian aktivitas yang sifatnya tidak berwujud dan biasanya dilakukan dengan interaksi antara pelanggan dan pegawai layanan yang disediakan sebagai solusi bagi masalah pelanggan.

Kualitas Layanan

Dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh A. Parasuraman (dimensi serqual) yaitu:

1. Tangibles
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empathy

Kepuasan Konsumen

Ada 3 perspektif penilaian pada kepuasan konsumen yaitu;

1. Positive disconfirmation, terjadi jika kinerja sesungguhnya (actual performance) lebih besar dari harapan (performance expectation) konsumen.
2. Simple confirmation, terjadi jika kinerja sesungguhnya sama dengan harapan konsumen.
3. Negative disconfirmation, terjadi jika kinerja sesungguhnya lebih kecil dari pada harapan konsumen.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shanty Kusuma Dewi, Izzatul Analisa, Witri Amardan (2019). Dengan judul Penentuan prioritas perbaikan dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Indeks Potential Gain in Customer Value (PGCV). Tujuan penelitian Untuk mengukur tingkat kepuasan dan mengetahui tingkat kepentingan setiap atribut layanan serta menentukan prioritas pelayanan. Hasil pengujian nilai tingkat kepuasan pelanggan sebesar 69,21%. Terdapat tujuh atribut layanan yang berada di prioritas utama untuk diperbaiki

Naufal Nusaputra, Mochamad Choiri, L. Tri Wijaya Nata Kusuma (2017). Dengan judul Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Dengan Metode Servqual, IPA, Dan Indeks PGCV (Studi Kasus Di Pt. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang). Penelitian ini bertujuan Untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang terarah agar pelayanan yang diberikan pihak bengkel dapat Maksimal. Dan Hasil dari penelitian ini adalah Saran perbaikan pelayanan berdasarkan tingkat prioritas pelayanan yang harus ditingkatkan. Beberapa saran perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan layanan Daihatsu Mobile Service dengan menambah anggota tim, pemberian reward pada teknisi dan karyawan dengan kinerja terbaik, menambah jumlah Service Advisor menjadi 5 orang, memberikan pelatihan pada Service Advisor, Customer Service, dan karyawan untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, dan sebagainya

Ashim Asy'ari, Popy Yulianty (2019). Dengan Judul Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Vending Machine di Stasiun Palmerah PT. KAI COMMUTER INDONESIA Menggunakan Metode Service Quality (Servqual). Yang bertujuan untuk meningkatkan lagi kepuasan pelanggan ketika menggunakan mesin vending karena ditemui adanya keluhan dan complain dari pelanggan. Oleh karena itu dilakukan survey menggunakan metode kuisioner berdasarkan dimensi Service quality (Servqual). Hasil yang didapat, diketahui bahwa adanya gap disemua dimensi perlunya perbaikan dan yang dijadikan prioritas untuk perbaikan di dimensi Tangible, Responsiveness, dan beberapa di atribut dimensi Reliability. Dan untuk upaya improvement atribut yang prioritas pertama adalah jumlah mesin vending, kemudahan mesin vending dan lama waktu untuk mengantri di mesin vending.

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif

Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi yang ada di PT. Pegadaian Cabang Megamas Manado adalah nasabah yang melakukan transaksi pada saat penelitian. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah minimum responden

yaitu 30 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara aksidental (accidental).

Jenis Data dan Sumber

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil jawaban kuisioner yang disebar pada nasabah PT. Pegadaian Cabang Megamas Manado. Sedangkan Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari PT. Pegadaian Cabang Megamas Manado dan juga sumber lain yang dapat mendukung data dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dimana kuesioner yang berupa pertanyaan disebar kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden mengenai atribut-atribut dimensi servqual untuk mengetahui tingkat kualitas layanan.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Ghozali dalam Ikrima (2018) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Ikrima (2018) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu

Skala Likert

Sugiyono (2012) menerangkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Teknik Analisis

Service Quality (SERVQUAL)

Servqual menurut Wyckof dalam Wisnalmawati (2005: 155) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan".

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain.

Potential Gain Customer Value (PGCV)

Menurut Darmawan, A., Mulyadi, M., & Busri, N. K. (2014), PGCV merupakan pelengkap dari metode IPA. Metode ini merupakan metode yang mudah dilakukan untuk menganalisis pelanggan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

| Pernyataan | r-hitung Kenyataan (Kinerja) | r-hitung Harapan (kepentingan) | r-tabel | Keputusan | Cronbach's Alpha if (Presepsi) | Cronbach's Alpha if (Ekspetasi) | Keputusan |
|------------|------------------------------------|--------------------------------------|---------|-----------|--------------------------------------|---------------------------------------|-----------|
| 1 | ,473 | ,528 | 0.361 | Valid | ,883 | ,888 | Reliabel |
| 2 | ,474 | ,528 | 0.361 | Valid | ,882 | ,888 | Reliabel |
| 3 | ,445 | ,406 | 0.361 | Valid | ,883 | ,891 | Reliabel |
| 4 | ,620 | ,648 | 0.361 | Valid | ,884 | ,890 | Reliabel |

| | | | | | | | |
|----|------|------|-------|-------|------|------|----------|
| 5 | ,693 | ,607 | 0.361 | Valid | ,875 | ,886 | Reliabel |
| 6 | ,610 | ,550 | 0.361 | Valid | ,878 | ,888 | Reliabel |
| 7 | ,422 | ,561 | 0.361 | Valid | ,883 | ,888 | Reliabel |
| 8 | ,818 | ,550 | 0.361 | Valid | ,871 | ,888 | Reliabel |
| 9 | ,500 | ,499 | 0.361 | Valid | ,881 | ,889 | Reliabel |
| 10 | ,540 | ,550 | 0.361 | Valid | ,880 | ,888 | Reliabel |
| 11 | ,633 | ,406 | 0.361 | Valid | ,878 | ,891 | Reliabel |
| 12 | ,509 | ,538 | 0.361 | Valid | ,882 | ,889 | Reliabel |
| 13 | ,667 | ,585 | 0.361 | Valid | ,876 | ,887 | Reliabel |
| 14 | ,458 | ,802 | 0.361 | Valid | ,882 | ,887 | Reliabel |
| 15 | ,475 | ,833 | 0.361 | Valid | ,882 | ,878 | Reliabel |
| 16 | ,439 | ,701 | 0.361 | Valid | ,883 | ,883 | Reliabel |
| 17 | ,439 | ,585 | 0.361 | Valid | ,883 | ,887 | Reliabel |
| 18 | ,716 | ,669 | 0.361 | Valid | ,875 | ,888 | Reliabel |
| 19 | ,673 | ,470 | 0.361 | Valid | ,876 | ,890 | Reliabel |
| 20 | ,674 | ,585 | 0.361 | Valid | ,876 | ,887 | Reliabel |
| 21 | ,432 | ,730 | 0.361 | Valid | ,883 | ,882 | Reliabel |

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)

30 butir pernyataan dikatakan valid, karena (r -hitung $>$ r -tabel) dimana r -tabel adalah 0,361 dengan tingkat error atau kesalahan sebesar 5%. Suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* 0,60. Dan dinyatakan reliabel jika lebih dari 0,60.

Pengolahan Data Servqual

Tabel 2.1 Kesenjangan Antara Presepsi Dan Ekspetasi

| Dimensi | No | Pernyataan | Presepsi / Kenyataan (X) | Ekspetasi / Harapan (Y) | GAP |
|---|----|---|-----------------------------|----------------------------|-------|
| Tangible (Bukti Fisik) | 1 | Kerapihan dalam berpakaian karyawan | 3,53 | 3,90 | -0,37 |
| | 2 | Kebersihan dan kerapihan ruangan | 3,76 | 3,90 | -0,14 |
| | 3 | Ruangan menggunakan AC | 3,73 | 3,96 | -0,23 |
| | 4 | Ketersediaan tempat parkir yang memadai | 2,96 | 3,70 | -0,74 |
| | 5 | Menggunakan peralatan yang modern | 3,50 | 3,83 | -0,33 |
| | | TOTAL | 13,75 | 19,29 | -5,54 |
| Reliability (Keandalan) | 6 | Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan | 3,73 | 3,93 | -0,2 |
| | 7 | Menyampaikan produk jasa secara benar dan jelas | 3,86 | 3,83 | 0,03 |
| | 8 | Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan | 3,63 | 3,93 | -0,3 |
| | 9 | Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline | 3,76 | 3,90 | -0,14 |
| | | TOTAL | 14,98 | 15,59 | -0,61 |
| Responsive ness (Daya Tanggap) | 10 | Tingkat kesigapan karyawan ketika di butuhkan pelanggan | 3,76 | 3,93 | -0,17 |
| | 11 | Pelayanan cepat dan tidak bertele-tele | 3,76 | 3,93 | -0,17 |
| | 12 | Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan | 3,46 | 3,83 | -0,37 |
| | 13 | Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap | 3,70 | 3,93 | -0,23 |
| | | TOTAL | 14,68 | 15,62 | -0,94 |
| Assurance (Jaminan) | 14 | Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan santun dan ramah | 3,73 | 3,93 | -0,2 |
| | 15 | Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaksi | 3,56 | 3,86 | -0,3 |

| | | | | | |
|-------------------------|-----------|--|-------|-------|-------|
| | 16 | Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan | 3,8 | 3,90 | -0,1 |
| | 17 | Mampu menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan | 3,8 | 3,93 | -0,13 |
| | | TOTAL | 14,89 | 15,62 | -0,73 |
| Empathy (empati) | 18 | Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan | 3,26 | 3,50 | -0,24 |
| | 19 | Memahami kebutuhan pelanggan | 3,53 | 3,90 | -0,37 |
| | 20 | Mengutamakan kepentingan pelanggan | 3,73 | 3,93 | -0,2 |
| | 21 | Memberikan info-info terkait produk jasa secara mendetail tanpa harus di minta | 3,73 | 3,90 | -0,17 |
| | | TOTAL | 14,25 | 15,23 | -0,98 |

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)

Tabel 2.2 Rangking GAP Service Quality

| No. | Pernyataan | Rangking | GAP |
|-----|---|----------|-------|
| 1 | Kerapihan dalam berpakaian karyawan | 18 | -0,37 |
| 2 | Kebersihan dan kerapihan ruangan | 4 | -0,14 |
| 3 | Ruangan menggunakan AC | 12 | -0,23 |
| 4 | Ketersediaan tempat parkir yang memadai | 21 | -0,74 |
| 5 | Menggunakan peralatan yang modern | 17 | -0,33 |
| 6 | Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan | 9 | -0,2 |
| 7 | Menyampaikan produk jasa secara benar dan jelas | 1 | 0,03 |
| 8 | Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan | 15 | -0,3 |
| 9 | Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline | 5 | -0,14 |
| 10 | Tingkat kesigapan karyawan ketika di butuhkan pelanggan | 6 | -0,17 |
| 11 | Pelayanan cepat dan tidak bertele-tele | 7 | -0,17 |
| 12 | Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan | 19 | -0,37 |
| 13 | Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap | 13 | -0,23 |
| 14 | Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan santun dan ramah | 10 | -0,2 |
| 15 | Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaksi | 16 | -0,3 |
| 16 | Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan | 2 | -0,1 |
| 17 | Mampu menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan | 3 | -0,13 |
| 18 | Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan | 14 | -0,24 |
| 19 | Memahami kebutuhan pelanggan | 20 | -0,37 |
| 20 | Mengutamakan kepentingan pelanggan | 11 | -0,2 |
| 21 | Memberikan info-info terkait produk jasa secara mendetail tanpa harus di minta | 8 | -0,17 |

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)

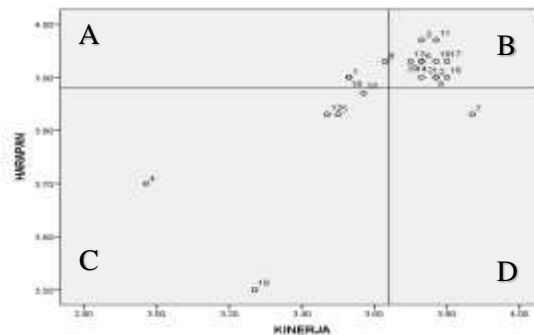
Berdasarkan perhitungan kesenjangan tersebut diatas dapat diketahui bahwa pernyataan – pernyataan tersebut memiliki nilai Gap hampir keseluruhan memiliki nilai negatif, yang berarti bahwa tingkat kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan. Namun terdapat satu item yang memiliki nilai positif yaitu item 7 dengan nilai 0,03 yang berarti item pernyataan tersebut dirasa memuaskan oleh pelanggan karena nilai ekspektasi pelanggan melebihi harapan pelanggan itu sendiri.

Pengolahan Data Importance – Performance Analysis (IPA)**Tabel 3. Tingkat Kesesuaian**

| No. | Pernyataan | Tingkat Kinerja (X) | Rata-rata Kinerja (\bar{x}) | Tingkat Kepentingan (Y) | Rata-rata Kepentingan \bar{y} | Tingkat Kesesuaian (Tki)(%) |
|-----|---|---------------------|---------------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Kerapihan dalam berpakaian karyawan | 106 | 3,53 | 117 | 3,90 | 90,60 |
| 2 | Kebersihan dan kerapihan ruangan | 113 | 3,77 | 117 | 3,90 | 96,58 |
| 3 | Ruangan menggunakan AC | 112 | 3,73 | 119 | 3,97 | 94,12 |
| 4 | Ketersediaan tempat parkir yang memadai | 89 | 2,97 | 111 | 3,70 | 80,18 |
| 5 | Menggunakan peralatan yang modern | 105 | 3,50 | 115 | 3,83 | 91,30 |
| 6 | Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan | 112 | 3,73 | 118 | 3,93 | 94,92 |
| 7 | Menyampaikan produk jasa secara benar dan jelas | 116 | 3,87 | 115 | 3,83 | 100,87 |
| 8 | Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan | 109 | 3,63 | 118 | 3,93 | 92,3 |
| 9 | Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline | 113 | 3,77 | 117 | 3,90 | 96,5 |
| 10 | Tingkat kesigapan karyawan ketika di butuhkan pelanggan | 113 | 3,77 | 118 | 3,93 | 95,76 |
| 11 | Pelayanan cepat dan tidak bertele-tele | 113 | 3,77 | 119 | 3,97 | 94,96 |
| 12 | Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan | 104 | 3,47 | 115 | 3,83 | 90,43 |
| 13 | Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap | 111 | 3,70 | 118 | 3,93 | 94,07 |
| 14 | Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan santun dan ramah | 112 | 3,73 | 118 | 3,93 | 94,92 |
| 15 | Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaks | 107 | 3,57 | 116 | 3,87 | 92,24 |
| 16 | Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan | 114 | 3,80 | 117 | 3,90 | 97,44 |
| 17 | Mampu menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan | 114 | 3,80 | 118 | 3,93 | 96,61 |
| 18 | Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan | 98 | 3,27 | 105 | 3,50 | 93,33 |
| 19 | Memahami kebutuhan pelanggan | 106 | 3,53 | 117 | 3,90 | 90,60 |

| | | | | | | |
|----|--|-----|------|-----|------|-------|
| 20 | Mengutamakan kepentingan pelanggan | 112 | 3,73 | 118 | 3,93 | 94,92 |
| 21 | Memberikan info-info terkait produk jasa secara mendetail tanpa harus di minta | 112 | 3,73 | 117 | 3,90 | 95,73 |

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)



Gambar 3. Hasil Diagram Kartesius

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)

Keterangan :

Kuadran A

Kuadran yang merupakan prioritas tinggi, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan pelanggan masih sangat rendah). Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini merupakan atribut pada item 1, 8, dan 19 yaitu:

1. Kerapihan dalam berpakaian karyawan
2. Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan
3. Memahami kebutuhan pelanggan

Kuadran B

Kuadran B yang di pertahankan, wilayah yang memuat atribut- atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 2, 3, 6, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 17, 20, dan 21 yaitu:

1. Kebersihan dan kerapihan ruangan
2. Ruangan menggunakan AC
3. Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan
4. Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline
5. Tingkat kesigapan karyawan ketika di butuhkan pelanggan
6. Pelayanan cepat dan tidak bertele-tele
7. Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap
8. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan santun dan ramah
9. Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan
10. Mampu menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan
11. Mengutamakan kepentingan pelanggan
12. Memberikan info-info terkait produk jasa secara mendetail tanpa harus di minta.

Kuadran C

Kuadran C yang merupakan prioritas rendah, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya kurang istimewa. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 4, 5, 12, 15, dan 18 yaitu:

1. Ketersediaan tempat parkir yang memadai

2. Menggunakan peralatan yang modern
3. Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan
4. Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaksi
5. Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan

Kuadran D

Kuadran D yang berlebihan, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 1 yaitu:

1. Menyampaikan produk jasa secara benar dan jelas

Pengolahan Data Potential Gain Customer Value (PGCV)

Tabel 4.9 Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

| No | Pernyataan | Nilai ACV | Nilai UDCV | Nilai PGCV | Rangking |
|----|---|-----------|------------|------------|----------|
| 1 | Kerapihan dalam berpakaian karyawan | 13,78 | 15,60 | 1,82 | 5 |
| 2 | Kebersihan dan kerapihan ruangan | 14,69 | 15,60 | 0,91 | 17 |
| 3 | Ruangan menggunakan AC | 14,81 | 15,87 | 1,06 | 10 |
| 4 | Ketersediaan tempat parkir yang memadai | 10,98 | 14,80 | 3,82 | 1 |
| 5 | Menggunakan peralatan yang modern | 13,42 | 15,33 | 1,92 | 4 |
| 6 | Dapat diandalkan dalam menangani masalah pelanggan | 14,68 | 15,73 | 1,05 | 11 |
| 7 | Menyampaikan produk jasa secara benar dan jelas | 14,82 | 15,33 | 0,51 | 21 |
| 8 | Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan | 14,29 | 15,73 | 1,44 | 8 |
| 9 | Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline | 14,69 | 15,60 | 0,91 | 18 |
| 10 | Tingkat kesigapan karyawan ketika di butuhkan pelanggan | 14,82 | 15,73 | 0,92 | 16 |
| 11 | Pelayanan cepat dan tidak bertele-tele | 14,94 | 15,87 | 0,93 | 15 |
| 12 | Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan | 13,29 | 15,33 | 2,04 | 3 |
| 13 | Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap | 14,55 | 15,73 | 1,18 | 9 |
| 14 | Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan santun dan ramah | 14,68 | 15,73 | 1,05 | 12 |
| 15 | Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaksi | 13,79 | 15,47 | 1,68 | 7 |
| 16 | Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan | 14,82 | 15,60 | 0,78 | 20 |
| 17 | Mampu menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan | 14,95 | 15,73 | 0,79 | 19 |
| 18 | Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan | 11,43 | 14,00 | 2,57 | 2 |
| 19 | Memahami kebutuhan pelanggan | 13,78 | 15,60 | 1,82 | 6 |
| 20 | Mengutamakan kepentingan pelanggan | 14,68 | 15,73 | 1,05 | 13 |
| 21 | Memberikan info-info terkait produk jasa secara mendetail tanpa harus di minta | 14,56 | 15,60 | 1,04 | 14 |

(Sumber: Olahan data SPSS 2020)

Dari hasil tabel di atas diketahui bahwa prioritas perbaikan PGCV didasarkan pada hasil perhitungan indeks PGCV Atribut pertama yang perlu di perbaiki yaitu item 4 “Ketersediaan tempat parkir yang memadai” dengan indeks PGCV sebesar 3,82. Atribut kedua yang perlu diperbaiki yaitu item 18 “Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan” dengan nilai indeks PGCV sebesar 2,57. Atribut ketiga yang perlu diperbaiki yaitu item 12 “Bersedia Membantu customer di dalam maupun di luar jam kerja berhubungan dengan produk jasa yang ditawarkan” dengan nilai PGCV sebesar 2,04. Atribut keempat yang perlu diperbaiki yaitu item 5 “Menggunakan peralatan yang modern” dengan nilai PGCV sebesar 1,92. Dan atrbut kelima yang perlu diperbaiki yaitu item 1 “Kerapihan dalam berpakaian karyawan” dan item 19 “Memahami kebutuhan pelanggan” dengan nilai PGCV yang sama yaitu sebesar 1,82. Berdasarkan hasil pemetaan indeks PGCV di dapati bahwa item 4 yaitu tentang ketersediaan tempat parkir yang memadai menjadi atribut yang harus di perbaiki oleh PT. Pegadaian Cabang Megamas Manado.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan kesenjangan Servqual diketahui bahwa pernyataan – pernyataan tersebut memiliki nilai Gap yang hampir keseluruhan memiliki nilai negatif, yang berarti bahwa tingkat kualitas pelayanan pada PT.Pegadaian Cabang Megamas Manado lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan. Namun terdapat satu item yang memiliki nilai positif yaitu item 7 dengan nilai 0,03 yang berarti item pernyataan tersebut dirasa memuaskan oleh pelanggan karena nilai ekspektasi pelanggan melebihi harapan pelanggan itu sendiri.
2. Berdasarkan analisa kuadran dengan menggunakan metode analisis IPA, kuadran yang menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki oleh PT.Pegadaian cabang Megamas Manado yaitu kuadran “A” yang di dalamnya terdapat item 1 “Kerapihan dalam berpakaian karyawan”, item 8 “Memberikan layanan yang sesuai dengan waktu yang di janjikan”, dan item 19 “Memahami kebutuhan pelanggan”.
3. Berdasarkan hasil pemetaan indeks PGCV di dapati bahwa item 4 yaitu tentang ketersediaan tempat parkir yang memadai menjadi atribut yang harus diperbaiki oleh PT.Pegadaian Cabang Megamas Manado.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka hal-hal yang dapat disarankan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pihak PT. Pegadaian Cabang Megamas Manado harus lebih lagi memperhatikan tentang kualitas layanan, agar beberapa item yang mendapat nilai kurang baik bisa segera diselesaikan dan dicari solusinya.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah lebih banyak lagi alat penelitian tentang kualitas layanan dan menambah jumlah responden agar hasil yang didapatkan bias lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashim Asy'ari. (2019). Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Vending Machine Di Stasiun Pal Merah Pt.Kai Commuter Indonesia Menggunakan metode Service quality (Servqual). Skripsi. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana Jakarta. Retrieved Oktober 15, 2020, from <http://repository.unugha.ac.id/457/1/KEPUASAN%20KONSUMEN%20TERHADAP%20PENGGUNAAAN%20VENDING%20MACHINE.pdf>.
- Muhammad Rizqi Saputra, A. K. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Tempat Pelelangan Ikan Dengan Metode Potential Gain Customer Value Di Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap. Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology, Vol 6,No 4, Hlm 234 – 242. Retrieved Oktober 20, 2020, from <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jfrumt>
- Nusaputra, N. (2014). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Dengan Metode Servqual, Ipa, Dan Indeks PgcV (Studi Kasus Di Pt. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang). Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri, Vol 2, No 6, Hlm 1239-1250. Retrieved Oktober 19, 2020, from <http://jrmsi.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jrmsi/article/view/169>
- Hertanto, E. (2017). “Menghitung Importance Performance Analysis (IPA)” Manajemen Pemasaran. Retrieved from academia.edu: https://www.academia.edu/30339931/MENGHITUNG_IMPORTANCE_PERFORMANCE_ANALYSIS_IPA_MANAJEMEN_PEMASARAN. Di akses pada tanggal 10 agustus 2020.
- Parasuraman dan Berry. (2012). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, Vol.64.
- PT. Pegadaian (Persero). (2019). Penghargaan dan Laporan Tahunan PT.Pegadaian (Persero). Retrieved from pegadaian.co.id: <https://www.pegadaian.co.id/profil/penghargaan>. Di akses pada tanggal 15 februari 2020.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta.

Sukmadinata. (2006). Penelitian Deskriptif Eskploratori dan Eksplanatori. Retrieved from elfanmauludi.id: <https://www.elfanmauludi.id/2018/09/penelitian-deskriptif-eskploratori-dan.html>. Di akses pada tanggal 25 september 2020.

Tjiptono, F. (2007). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service , Quality & Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.

Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QDF, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian. Jakarta: INDEKS.

