

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Pegadaian

PT Pegadaian (Persero), pemilik bagian dari perusahaan Pegadaian adalah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang dibuka pertama kali di Sukabumi pada tanggal 1 April 1901. Pada tahun 2020 PT Pegadaian (Persero) telah mempunyai outlet sebanyak 4.100 yang tersebar di seluruh Indonesia. Produk dan layanan PT Pegadaian (Persero) juga diakses lebih dari 11.000 agen.

Selain pelayanan dengan jaringan yang luas, PT Pegadaian (Persero) memiliki keunggulan kecepatan dalam pelayanan yang menerapkan standar waktu layanan maksimal 15 menit serta keamanan optimal dengan sistem pengamanan fisik dan lokasi usaha (Sispamfilu). Ada berbagai aneka produk dan memiliki bisnis utama adalah memberi pinjaman dengan jaminan barang bergerak baik secara konvensional dan syariah. Sedangkan produk pendukung lainnya berupa pembiayaan usaha bisnis mikro, cicilan, tabungan emas, cicilan kendaraan bermotor, pembiayaan haji dan wisata syariah, dan beraneka jasa lain seperti pengiriman uang, multi pembayaran online, jasa taksiran, jasa titipan, sertifikasi batu permata, dan *safe deposit box*.

Sejarah adanya pegadaian dimulai saat Pemerintah Belanda (VOC) mendirikan Bank Van Leening sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit (pinjaman) dengan sistem gadai, lembaga ini didirikan pertamakali di Batavia (Jakarta) pada 20 Agustus 1746. Selanjutnya, pada tahun 1811 Pemerintah Inggris mengambil alih dan membubarkan Bank Van Leening, kemudian masyarakat di beri keleluasaan untuk mendirikan usaha Pegadaian. Pada 1 April 1901 Pegadaian Negara didirikan pertama di Sukabumi, Jawa Barat.

Pada tahun 1905 Pegadaian berbentuk lembaga resmi "JAWATAN". Lalu, pada masa pendudukan Jepang gedung kantor pusat Jawatan yang terletak di jalan Kramat Raya 162, Jakarta dijadikan tempat tawanan perang

dan kantor Jawatan dipindahkan di jalan Kramat Raya 132. Tidak banyak perubahan dari struktur organisasi maupun sisi kebijakan. Pada saat Indonesia merdeka bentuk badan “JAWATAN” berubah menjadi “PN” pada tahun 1961 berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang (Perpu) No. 19 Tahun 1960 ke Peraturan Pemerintah (PP) No. 178 Tahun 1961. Pada tahun 1969 bentuk badan berubah lagi menjadi “PERJAN” berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 1969. Pada tahun 1990 bentuk badan “PERJAN” berubah menjadi “PERUM” berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 103 Tahun 2000. Kemudian, pada tanggal 1 April 2012 bentuk badan Pegadaian berubah dari “PERUM” menjadi “PERSERO” berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011.

1.1.2 Visi dan Misi Pegadaian

A. Visi Pegadaian

“Menjadi *The Most Valueble Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat”.

B. Misi Pegadaian

Misi dari perusahaan PT Pegadaian (Persero) sebagai berikut:

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.
3. Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
 - a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - b. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - c. Praktek manajemen resiko yang kokoh
 - d. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

1.1.3 Logo dan Maskot Pegadaian



Gambar 1.1 Logo PT Pegadaian (Persero)

Sumber: <https://www.pegadaian.co.id/>



Gambar 1.2 Logo Maskot Pegadaian Digital

Sumber: <https://pegadaian.co.id/>

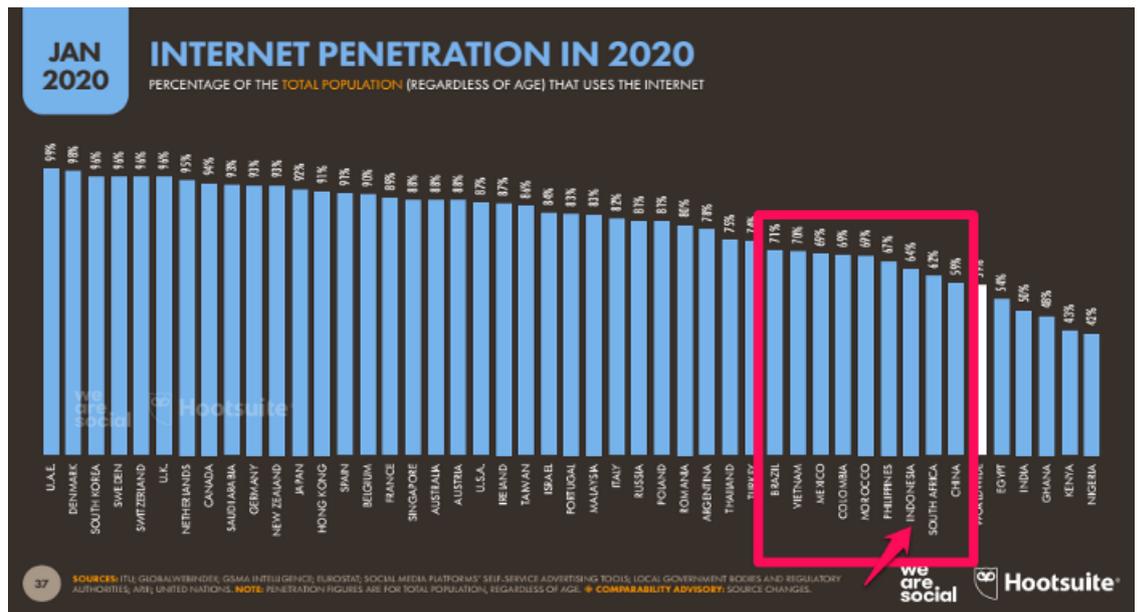
Tentang logo perusahaan PT Pegadaian tiga deret lingkaran dengan berwarna hijau memiliki arti keteduhan tetapi masing-masing lingkaran juga memiliki arti tersendiri. Lingkaran pertama (yang paling kiri menggambarkan fungsi Pegadaian melayani pembiayaan gadai dan findusia dengan produk seperti Gadai KCA, Kreasi, Krasida, Gadai Syariah, Krisna, Amanah, dan Arum. Di lingkaran yang kedua (bagian tengah) Pegadaian melayani bisnis emas dengan produk logam mulia dan G-Lab. Lingkaran bagian ketiga menunjukkan bahwa pegadaian melayani aneka jasa dengan produk *multi-payment online* untuk pembayaran listrik, air, telepon, dan kiriman uang. Sedangkan gambar timbangan merupakan lambang keadilan. Font pada huruf pegadaian melambangkan rendah hati.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan teknologi pada saat ini mulai banyak organisasi pemerintahan dan bisnis menggunakan *website* untuk mengirimkan berbagai jenis laporan seperti laporan keuangan, masalah yang sedang terjadi di organisasi, dan sebagainya. Maka, pemanfaatan teknologi informasi pada suatu organisasi sangat diperlukan (Beki, 2017).

Menurut Oki Ismanto (2020) berkembangnya teknologi komunikasi dan komputer di era globalisasi, telah mempengaruhi penyelenggaraan perusahaan di Indonesia. Melalui pemanfaatan teknologi tersebut pemerintah mampu menciptakan tata kelola perusahaan yang lebih baik (*good corporate governance*). Penerapan tata kelola perusahaan yang baik berimplikasi terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada konsumen maupun karyawan perusahaan itu sendiri. Salah satu cara untuk meningkatkan penggunaan teknologi informasi di dalam perusahaan, organisasi atau pemerintahan adalah konsep *Smart City*.

Menurut Kehua Su & Jie Li (2011) *Smart City* didefinisikan oleh IBM sebagai penggunaan informasi dan teknologi komunikasi untuk merasakan, menganalisis, dan mengintegrasikan informasi kunci dari sistem inti dalam menjalankan kota. Pada saat yang sama, *Smart City* dapat membuat respons cerdas terhadap yang berbeda jenis kebutuhan, termasuk mata pencaharian sehari-hari, lingkungan perlindungan, keamanan publik dan layanan kota, industri dan aktivitas komersial.



Gambar 1.3 Penetrasi (Pemasukan atau Perkembangan) Internet di Tahun 2020

Sumber: <https://teknioia.com/>

Pelayanan transaksi yang dilakukan oleh lembaga keuangan di Indonesia sebelum tahun 1980-an, secara operasional lembaga keuangan masih menggunakan catatan buku yang ada tanda tangan dan cap, sehingga transaksi setoran dan/atau membutuhkan waktu yang cukup lama sekitar 15 menit berada di depan kasir. Kemudian antara tahun 1980-1990-an, komputer mulai digunakan untuk membantu operasional lembaga keuangan (bank dan non bank), di sini sistem informasi mulai berperan sehingga pelayanan meningkat lebih cepat, paling lama kurang lebih 5 menit untuk menyelesaikan dokumen pelanggan. Sistem informasi manajemen lembaga keuangan (bank dan non bank) di-upgrade sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat melakukan transaksi online disemua cabang. Dibuatnya *website* dan aplikasi perusahaan bertujuan agar mempermudah kerja karyawan seperti mengecek

kondisi keuangan, pemasaran dan pengembangan produk, memfasilitasi pertukaran informasi, kolaborasi, inovasi, dan penyampaian layanan yang lebih baik kepada konsumen dan karyawan. ICT (*Information and Communications Technology*) akan meningkatkan efisiensi manajemen perusahaan sekaligus meningkatkan produktivitas seluruh elemen perusahaan. Perusahaan Cerdas dan memungkinkan perusahaan untuk terhubung secara online, seperti pertukaran data, kolaborasi, inovasi, dan aliran informasi dalam aktivitas keuangan, sumber daya manusia, produksi, penjualan, pemasaran, dan berinvestasi.

Menurut Habibah (2017) melakukan investasi tak hanya dapat berupa uang saja, investasi emas masih dapat dilakukan hingga sekarang dan memiliki keuntungan seperti emas dapat digunakan untuk mempertahankan kekayaan karena ketika disimpan nilai tukarnya akan tetap sama, bahkan cenderung naik bila diperlukan dengan mata uang lain.

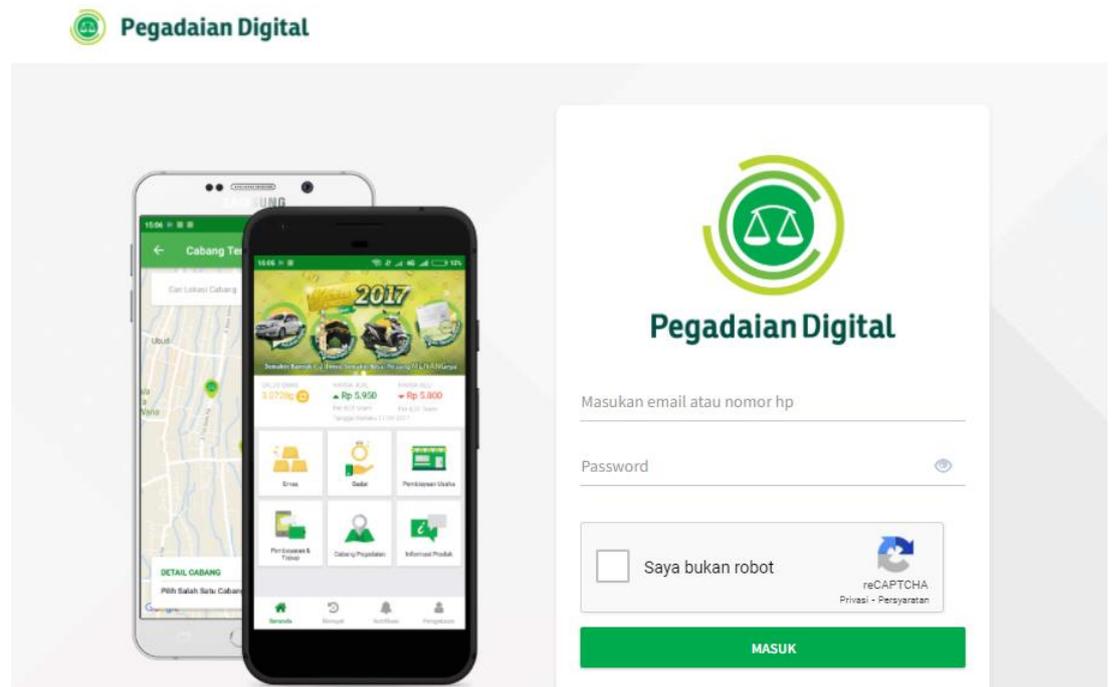


Gambar 1.4 Penggunaan Aplikasi Investasi Emas

Sumber: [https:// blog.pluang.com/](https://blog.pluang.com/)

Pada gambar diatas menunjukkan perkembangan penggunaan aplikasi investasi emas di Indonesia pada tahun 2013 hingga 2021 terus mengalami peningkatan. Di era teknologi seperti ini dapat melakukan investasi emas online dengan memanfaatkan berbagai aplikasi yang sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) seperti Pegadaian Digital, BukaEmas, dan Tokopedia Emas (NOVA, 2021).

Aplikasi “Pegadaian Digital” merupakan aplikasi PT Pegadaian (Persero) yang memiliki layanan jasa tabungan emas. Aplikasi ini memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi di Pegadaian seperti cicil emas, tabungan emas, gadai tabungan emas, pengajuan pembiayaan usaha online, pembayaran tagihan, dan lain sebagainya. Sekitar lebih dari 1 juta pengguna yang menggunakan aplikasi “Pegadaian Digital” untuk membuka tabungan emas melalui aplikasi.

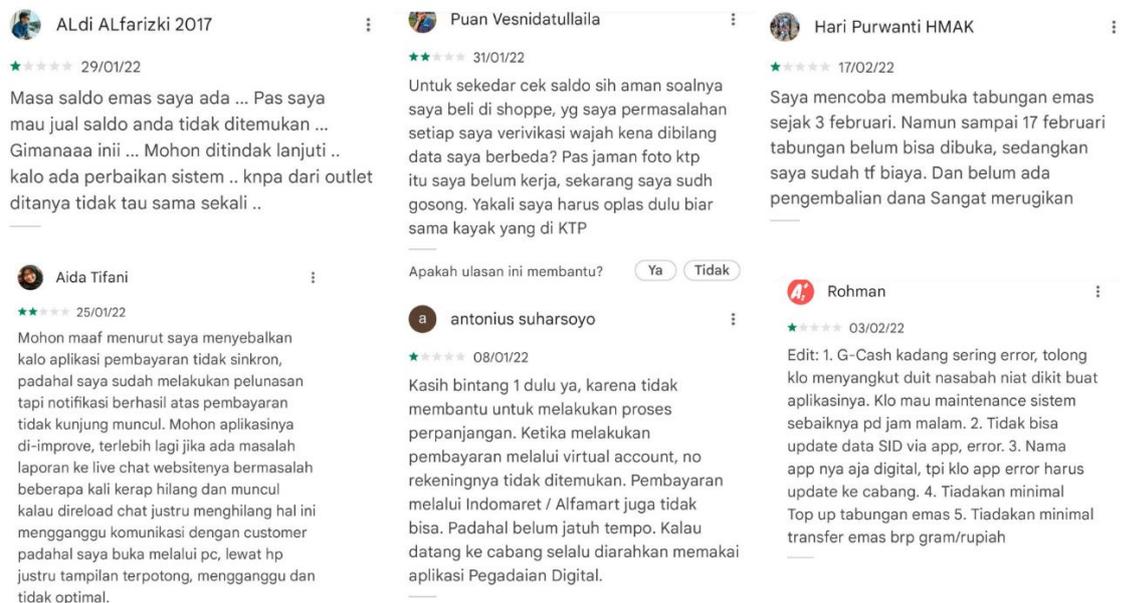


Gambar 1.5 Pegadaian Digital

Sumber: <https://digital.pegadaian.co.id/>

Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) adalah layanan yang menunjukkan perbandingan antara harapan pelanggan terhadap layanan perusahaan dan layanan aktual yang dirasakan pelanggan. Jika harapan lebih besar dari kinerja, maka kinerja tidak optimal, sehingga pelanggan tidak puas dengan layanan yang diperoleh pelanggan. Semakin tinggi kualitas perusahaan, semakin tinggi profitabilitas dan semakin lama perusahaan bertahan. Ada 4 dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas *e-service quality* yaitu: *efficiency* (efisiensi), *fullfilment* (pemenuhan), *system availability* (ketersediaan), dan *privacy* (privasi) (Narcikara & Zehir, 2014).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Importance Performace Analysis* (IPA) yang telah digunakan oleh banyak penelitian dan memberikan hasil yang baik. Sudah banyak penelitian yang fokus dalam menggunakan metode IPA maupun mengembangkannya. Metode IPA dilakukan dalam analisis ini karena metode ini mendukung dalam pengolahan data. *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan gabungan dari pengukuran faktor tingkat importance dan performance dalam grafik dua dimensi yang memudahkan dalam menyampaikan data dan usulan praktis untuk objek yang teliti (Apriliani, dkk. 2020). Penelitian terkait *e-service quality* aplikasi Pegadaian Digital bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan pengelolaan aplikasi agar menjadi lebih baik. Penulis melakukan *pra-survey* untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas aplikasi Pegadaian Digital dengan mengacu pada dimensi *efficiency*, *fullfilment*, *system availability*, dan *privacy*. Namun hal ini sangat berbeda dengan keadaan di lapangan, yaitu banyaknya keluhan pelanggan mengenai aplikasi yang kurang memuaskan dalam menjalankan tugasnya sebagaimana mestinya.



Gambar 1.6 Ulasan Pengguna Pegadaian Digital

Sumber: PlayStore

Berdasarkan ulasan yang diatas, permasalahan mengenai pelayanan aplikasi Pegadaian Digital masih dinilai belum baik bahkan rendah. Hal ini menjadi tanggung jawab perusahaan untuk melayani pengguna dengan baik

agar pengguna tidak merasa bingung untuk menggunakan aplikasi. Berikut hasil *pra-survey* penulis terhadap 30 responden terhadap kualitas aplikasi Pegadaian Digital.

Tabel 1.1 Hasil *Pra-Survey* Pendapat Konsumen Tentang Aplikasi Pegadaian Digital

No	Dimensi	Indikator	Ya	Tidak
1	<i>Efficiency</i>	Aplikasi Pegadaian Digital memudahkan pengguna untuk mencari layanan yang dibutuhkan	0.17	0.83
2		Aplikasi Pegadaian Digital memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat	0.67	0.33
3		Aplikasi Pegadaian Digital memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dengan tepat	0.63	0.37
4		Informasi pada Aplikasi Pegadaian Digital mudah dipahami	0.93	0.7
5		<i>Loading</i> pada aplikasi Pegadaian Digital cepat	0.23	0.77
6		Aplikasi Pegadaian Digital mudah digunakan	0.67	0.33
7	<i>Fullfilment</i>	Layanan untuk pengguna sesuai dengan deskripsi	0.8	0.2
8		Fitur dalam aplikasi dilakukan selama 24 jam	0.83	0.17
9		Aplikasi Pegadaian Digital dapat memenuhi kebutuhan pengguna	0.67	0.33
10	<i>System Availibility</i>	Proses pelayanan aplikasi Pegadaian cepat	0.6	0.4
11		Aplikasi Pegadaian Digital tidak <i>error</i> atau bermasalah	0.4	0.6
12	<i>Privacy</i>	Aplikasi Pegadaian Digital melindungi transaksi <i>user</i>	0.77	0.23
13		Aplikasi Pegadaian Digital mengatasi masalah dengan cepat	0.67	0.33

sumber : hasil Pra-Survey peneliti

Hasil survei diatas terdapat beberapa jenis keluhan yang banyak diutarakan oleh beberapa konsumen atau pengguna aplikasi Pegadaian Digital:

1. Respon yang lama dari costumer kepada pelanggan soal membuka tabungan emas. Sudah mentransfer biaya pembukaan tabungan emas namun tabungan belum bisa dibuka.

2. Meng-*update* harga tabungan emas dan akun membutuhkan waktu yang lama.
3. Pembayaran tidak sinkron, sudah melakukan pelunasan tapi tidak ada notifikasi sudah lunas dan Pembayaran cicilan tidak masuk .
4. Live chat di website tidak berfungsi atau tidak ada respon, sehingga untuk mengatasi masalah pengguna harus pergi ke kantor cabang.
5. Akun pengguna merasa tidak terlindungi sebab akun tidak bisa dibuka, saldo emas hilang tanpa sebab.
6. Pengguna tidak dapat meng-*edit* nomor telfon yang baru dan tidak bisa memverifikasi *email*.
7. Pengguna yang sudah memperbarui aplikasi akun pengguna tidak bisa dibuka (sedangkan *username* dan *password* sudah benar) pada akhirnya akun pengguna diblokir.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis ingin memahami faktor dimensi kualitas yang memungkinkan Pegadaian Digital mengalami pertumbuhan pengguna yang signifikan. Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian mengenai tingkat kinerja pelayanan elektronik pada situs aplikasi investasi emas Pegadaian Digital dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Maka peneliti mengambil judul **“Analisis *E-Service Quality* Menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) Pada Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan dari masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana harapan pengguna pada masing-masing dimensi *e-service quality* pada aplikasi Pegadaian Digital?
2. Bagaimana persepsi pengguna pada masing-masing dimensi *e-service quality* pada aplikasi Pegadaian Digital?
3. Bagaimana kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan pada pengguna Pegadaian Digital terhadap *e-service quality* perusahaan Pegadaian?
4. Bagaimana melakukan perbaikan terhadap dimensi atau karakteristik aplikasi Pegadaian Digital?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harapan pengguna pada masing-masing dimensi *e-service quality* pada aplikasi Pegadaian Digital.
2. Untuk mengetahui persepsi pengguna pada masing-masing dimensi *e-service quality* pada aplikasi Pegadaian Digital.
3. Untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan pada pengguna Pegadaian Digital terhadap *e-service quality* perusahaan Pegadaian.
4. Untuk mengetahui untuk melakukan perbaikan terhadap dimensi atau karakteristik aplikasi Pegadaian Digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan *output* yang bermanfaat dan berguna disemua kalangan baik manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengetahuan di bidang manajemen dan operasi bagi penulis dan masyarakat luas.
 2. Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya serta dapat memperkaya pengetahuan terkait *e-service quality* dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).
- b. Manfaat Praktis
 1. Penelitian bisa dijadikan informasi lebih dan pemasukan terutama bagi karyawan, yang hendak mengembangkan Pegadaian dalam hal kualitas pelayanan layanan elektronik atau aplikasi.
 2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan informasi bagaimana aplikasi perusahaan mereka sehingga dapat memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

1.6 Sistematika Penelitian

Adapun penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini, berisi tentang profil perusahaan, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku ataupun para ahli yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi atau tugas akhir ini serta beberapa literatur review yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang jenis beserta sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, metode analisis dan wawancara.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan dari pengolahan data yang telah diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.