



Strategi Menangkan Persaingan Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Diunit Cabang Pegadaian Kalisat

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Diah Herifatul Jannah Universitas KIAI Haji Achmad Siddiq Jember diahherifatul@gmail.com Deliyanti Alfiyanti Universitas KIAI Haji Achmad Siddiq Jember deliyantialfiyanti@gmail.com M.F Hidayatullah Universitas KIAI Haji Achmad Siddiq Jember m.f.hidayatullah@uinkhas.ac.id	ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 2, Agustus 2026 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Jannah, D. H., Alfiyanti, D., & Hidayatullah, M. F. (2026). Strategi Menangkan Persaingan Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Diunit Cabang Pegadaian Kalisat. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2), 1941-1947.

Abstrak

Kemajuan badan keuangan yang semakin cepat mengharuskan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat untuk mengaplikasikan strategi layanan yang mampu meningkatkan kapasitas kompetitif perusahaan. Riset ini bertujuan untuk menganalisis strategi menaklukkan kompetisi melalui peningkatan mutu layanan terhadap klien. Metodologi riset yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan informasi melalui observasi, sesi interview, dan dokumentasi. Hasil riset menunjukkan bahwa taktik yang diimplementasikan melalui mutu layanan seperti kehandalan, ketanggapan, jaminan, simpati, dan indikator nyata mampu meningkatkan seringkala dan kesetiaan klien. Tidak hanya itu, pengaplikasian strategi pemasaran melalui bauran pemasaran yang meliputi komoditas, tarif, Advertensement, dan lokasi juga berkoorasi mempertahankan kapasitas kompetitif perusahaan. Meskipun menghadapi Berbagai hambatan operasional, PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat konsisten berupaya meningkatkan mutu layanan agar dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi klien. 'engan demikian, mutu layanan menjadi faktor esensial dalam membentuk seringkala serta kesetiaan klien terhadap perusahaan.

Kata Kunci: Mutu Layanan, Kepuasan Klien, Kesetiaan Klien, Strategi Pemasaran.

Abstract

The increasingly rapid development of financial institutions requires PT Pegadaian Unit Pegadaian Branch Kalisat to implement service strategies that can increase the company's competitive capacity. This research aims to analyze strategies to overcome competition by improving the quality of service to clients. The research methodology used is a qualitative descriptive approach with information collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research results show that tactics implemented through service quality such as reliability, responsiveness, assurance, sympathy, and tangible indicators are able to increase the frequency and loyalty of clients. Furthermore, the application of marketing strategies through a marketing mix that includes commodities, rates, advertising, and location also coordinates maintaining the company's competitive capacity. Despite facing various operational obstacles, PT Pegadaian Unit Pegadaian Branch Kalisat consistently strives to improve service quality to meet client needs and expectations. Thus, service quality is an essential factor in shaping the frequency and loyalty of clients to the company.

Keywords: Service Quality, Client Satisfaction, Client Loyalty, Marketing Strategy.

A. Pendahuluan

Kemajuan sektor pelayanan finansial di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat cepat, ditandai dengan cakupan badan finansial bank maupun non-bank yang memberikan berbagai pilihan aksesibilitas pendanaan bagi masyarakat. Di tengah pertemuan industri ini, PT Pegadaian (Persero) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di sektor gadai dan mikro, diperlukan untuk terus menguatkan pangsa pasarnya. Kompetisi tidak hanya berlangsung antar-institusi formal tradisional, melainkan juga dengan berkembangnya badan usaha gadai swasta serta platform fintech yang memberikan prosedur pengajuan cepat secara digital. Bagi badan usaha yang bergerak di sektor pelayanan finansial, mutu layanan merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi keberhasilan dalam kompetisi. Mutu layanan bukan sekadar karakteristik pendukung, melainkan alat strategis untuk membangun kesetiaan klien dan menciptakan pembeda yang kuat di pasar. Layanan yang cepat tanggap, terjamin, dapat dipercaya, dan penuh perhatian menjadi parameter utama klien dalam memilih kesetiaannya.

PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat merupakan salah satu ujung lidah pelayanan yang berinteraksi langsung dengan warga di wilayah pinggiran dengan sifat klien yang sangat dinamis. Menguasai kompetisi bisnis di wilayah ini mengharuskan unit cabang untuk secara konsisten mengaplikasikan strategi peningkatan mutu layanan yang fleksibel terhadap harap klien. Meskipun demikian, prosedur eksekusi strategi ini kerap dihadapi pada berbagai hambatan operasional, baik dari keterbatasan infrastruktur teknologi, kapasitas kapasitas sumber daya manusia, maupun faktor eksternal berupa tingkat literasi finansial klien yang beragam.

Pada zaman modernisasi seperti ini permasalahan permodalan acapkali terjadi oleh banyak individu misalnya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari maupun untuk modal bisnis. Setiap individu memiliki solusi masing-masing salah satunya adalah dengan mengajukan kredit dengan membawa agunan seperti perhiasan, perangkat elektronik, dokumen properti yang produktif, bpkb kendaraan bermotor bahkan kendaraannya yang nilainya sepadan dengan nominal pembiayaan yang diperlukan. Agunan merupakan aset konkret maupun non-konkret yang dijadikan jaminan atas pengajuan klien kepada badan gadai yang dimana sekiranya klien tidak dapat melunasi tepat pada waktu yang telah ditentukan yang dinamakan tempo jatuh atau pelelangan. Tetapi, karena terjadinya konflik di kawasan timur tengah yang dialami oleh negara irak, israel, palestina, dan libanon yang mengakibatkan naik turunnya harga emas terhadap hasrat klien mengajukan pembiayaan dengan mekanisme gadai. Sebagai permissalan adalah klien PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat, dalam rentan waktu beberapa bulan terakhir januari-april menunjukkan fluktuasi hasrat klien baru.

Fidusia merupakan perpindahan hak milik suatu benda atas dasar keyakinan dengan ketentuan bahwa benda yang kepemilikannya dipindahkan tersebut tetap dalam kendali pemilik benda. Tidak hanya untuk menyediakan modal, badan gadai juga memiliki tugas lain yaitu urusan simpanan, urusan penilaian, sertifikasi dan perdagang logam mulia. Layanan pengiriman uang, layanan pembayaran tagihan, dan pengelolaan pengajuan kredit serta usaha

lain yang sesuai dengan ketentuan sehingga tidak membebani bagi klien yang menjalani pembiayaan dan tidak menciptakan permasalahan baru bagi klien setelah menjalani pembiayaan di badan gadai. Dengan begitu banyak klien yang membutuhkan pembiayaan, badan gadai sangat memperhatikan kebahagiaan klien salah satunya di metode pelayanannya menjadi rujukan dalam memutuskan bagus itu komoditas dan jasanya. Metode layanan merupakan bagaimana metode menghadapi keadaan tersebut. Solusi atau metode dipilih berdasarkan situasi permintaan dan mampu memberikan jalur terbaik dari situasi yang terjadi. Melalui metode layanan klien mendapatkan solusi sesuai dengan kemauan klien ketatnya kompetisi dalam dunia pelayanan antar badan finansial menyebabkan dampak pada setiap perusahaan gadai dalam meningkatkan metode layanan yang diberikan dengan tujuan klien merasa nyaman dan puas ketika melakukan aktivitas di badan gadai.

Dalam konteks ini yang menjadi subjek riset adalah Unit Pegadaian Pegadaian Cabang Kalisat yang berlokasi di Jl. Pattimura no.5, Krajan II, Kalisat, Kec. Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur, merupakan perusahaan yang bergerak di sektor badan keuangan bukan bank yang menyediakan pembiayaan dengan mekanisme gadai yang telah berbadan hukum dan memiliki ketentuan yang bersifat tidak merugikan kedua belah pihak. Dalam aktivitas operasionalnya, Unit Pegadaian Cabang Kalisat dituntut untuk memberikan layanan prima agar klien merasa puas dengan layanan yang diberikan melalui pendekatan. Tercapainya kepuasan konsumen maka diantisipasi akan muncul kepercayaan dan kesetiaan dari para pelanggan.

B. Metodologi

Riset ini memanfaatkan pendekatan kualitatif melalui metode deskriptif untuk memaparkan materi secara runtut dan objektif yang membahas fenomena pelayanan di lapangan. Penulis melaksanakan penelitian di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat, Kabupaten Jember. Penentuan tempat ini dilaksanakan tanpa ada unsur paksaan (*purposive*) menyadari akan posisi strategis unit cabang tersebut dalam menghadapi persaingan bisnis pembiayaan mikro di wilayah setempat.

Subjek penelitian atau informan dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling untuk menjamin kedalaman informasi yang diperoleh. Narasumber terpenting dalam riset ini merupakan Kepala Unit Cabang Pegadaian Kalisat selaku pengambil kebijakan strategi, staf pelayanan (customer service dan kasir) selaku pelaksana operasional, serta nasabah aktif sebagai informan pendukung untuk memverifikasi kualitas pelayanan secara objektif.

Data penelitian diklasifikasikan menjadi dua, yaitu data primer ini didapatkan melalui terjun langsung di lapangan dengan observasi partisipatif pasif serta wawancara insentif (in-depth interview), dan data sekunder berupa dokumen internal, Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, profil lembaga, dan literatur relevan.

C. Hasil dan Pembahasan

Strategi Persaingan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat

Dalam dunia usaha yang ditandai oleh tingkat kompetisi yang tinggi, strategi pemasaran berperan sebagai instrumen utama bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mendorong pertumbuhan usahanya. Kondisi ini semakin kompleks dengan meningkatnya jumlah lembaga keuangan yang menawarkan produk serupa, seperti pegadaian berbasis syariah, pegadaian konvensional, perbankan, koperasi, dan lembaga keuangan mikro yang lain. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan penjualan produknya melalui penerapan sistem pemasaran yang efektif serta strategi spesifik untuk memperluas pangsa pasar yang dapat dikuasainya (Purnamawati S., 2018).

PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat pun mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis bauran pemasaran yang meliputi unsur harga, produk, promosi, dan distribusi. Keberhasilan fungsi pemasaran dalam perusahaan sangat penting karena mampu mempengaruhi volume penjualan serta kedudukan perusahaan dalam sektor keuangan. Penguasaan pangsa pasar yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengaplikasikan strategi pemasaran yang tepat, meliputi cara mengenalkan produk, menentukan harga yang bersaing, menyusun kebijakan promosi yang efektif, melaksanakan distribusi yang sesuai, serta menganalisis kondisi lingkungan pasar secara komprehensif.

Selain itu, tingkat kebutuhan dan preferensi konsumen juga berbeda-beda, sehingga membuka peluang usaha yang lebih luas. Setiap konsumen memiliki motif, tujuan, dan pertimbangan yang berbeda dalam memilih produk atau jasa. Memahami kondisi tersebut, PT

Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat juga mengaplikasikan strategi Segmentation, Targeting, dan Positioning yang mencakup segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, serta pembentukan positioning atau citra perusahaan di benak masyarakat. Positioning sangat penting peranannya dalam mengembangkan usaha agar dapat bertumbuh secara optimal, menarik lebih banyak konsumen, serta meningkatkan penjualan produk dan jasanya.

Berikut merupakan penjelasan mengenai strategi marketing mix (bauran pemasaran 4P) tersebut:

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan suatu barang atau layanan yang dapat ditawarkan kepada pasar dengan tujuan menarik perhatian konsumen agar bersedia menggunakan atau mengkonsumsinya sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk menjadi sesuatu yang diasosiasikan pelanggan dengan perusahaan. Oleh karena itu, PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat harus dapat menjamin kualitas layanan dan produk yang ditawarkan agar tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Perusahaan juga perlu menyediakan varian produk yang beragam agar setiap layanan dapat saling melengkapi dan memenuhi kebutuhan nasabah secara menyeluruh.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga memiliki peranan penting karena menentukan tingkat keuntungan perusahaan dan mempengaruhi volume permintaan konsumen. PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat harus dapat menentukan harga atau biaya layanan yang wajar dan bersaing agar dapat menarik minat masyarakat tanpa mengorbankan kualitas pelayanan yang diberikan.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan seluruh bentuk komunikasi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada masyarakat luas. Promosi dapat dilaksanakan melalui berbagai cara seperti iklan, media sosial, hubungan masyarakat, maupun kegiatan tertentu (Purnamawati S., 2018). PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat memanfaatkan promosi sebagai media untuk mengenalkan produk dan layanan kepada masyarakat agar konsumen tertarik menggunakan jasa yang ditawarkan.

d. Tempat (*Place*)

Tempat berkaitan dengan bagaimana perusahaan memfasilitasi layanan yang mudah dijangkau oleh konsumen. Aspek ini juga berkaitan dengan distribusi dan aksesibilitas pelayanan kepada masyarakat. PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat harus dapat menyediakan lokasi pelayanan yang strategis, nyaman, dan mudah diakses agar dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.

Kualitas Pelayanan PT Pegadaian Unit Cabin Kalisat kepada Nasabah

Kualitas layanan yang bermutu tinggi akan membentuk persepsi positif dan reputasi yang prima bagi PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat, karena kepuasan pelanggan menjadi aspek fundamental bagi suatu badan usaha. Berdasarkan data hasil wawancara, para partisipan menyatakan bahwa layanan di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat sudah cukup maksimal, meliputi aspek peralatan maupun prasarana yang disediakan. Uraian dari setiap parameter dimensi layanan yang digunakan untuk menilai mutu layanan adalah sebagai berikut:

a. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kapabilitas perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai komitmen secara presisi dan dapat diandalkan, seperti ketelitian dalam menyampaikan brosur mengenai produk maupun layanan. Brosur tidak hanya bisa diperoleh di kantor, melainkan juga melalui sambungan telepon maupun platform digital. Para pekerja tampak sangat terpuat dan sopan terhadap debitur serta memperlakukan debitur dengan hormat. Personel maupun security merespons kebutuhan debitur dengan cekatan dan akurat. Pihak perusahaan juga konsisten menyampaikan brosur yang jitu dan benar mengenai produk maupun layanan yang disediakan di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat.

b. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan adalah kesediaan untuk membantu dan menyediakan layanan yang kilat, responsif, dan valid terhadap debitur dengan penyampaian brosur yang runtut. Kesiagaan aparat dalam melayani debitur dinilai sudah cukup memuaskan, terlihat dari sebagian besar partisipan yang merasa senang terhadap layanan yang disajikan. Aparat layanan di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat dianggap tangkas ketika menyembulkan keluh

atau protes debitur, baik secara langsung maupun melalui telepon, singkat pesan, atau platform digital. Tidak hanya itu, pihak Pegadaian juga gesit dalam menyampaikan brosur terkait mekanisme transaksi, seperti pemberitahuan tempo jatuh tempo maupun brosur produk lainnya. Penaksir dan kasir juga dinilai cukup gagah dan jitu dalam memberikan layanan transaksi maupun mengatasi keluhan debitur. Namun, jika terjadi kesalahan pada sistem, layanan seringkali menjadi sedikit lamban karena memerlukan tahap tambahan (Rahmawati, dkk, 2022).

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah wawasan, kesopanan, dan kapasitas karyawan dalam membangkitkan rasa yakin debitur terhadap perusahaan. Tingkat keamanan barang gadai dinilai sudah cukup prima, terlihat dari hasil wawancara yang menunjukkan bahwa seluruh partisipan merasa barang gadai mereka tentram. Dari aspek transaksi, debitur juga merasa tentram karena seluruh pengeluaran dan biaya operasional dijelaskan secara runtut dan terbuka. PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat juga menyediakan security setiap hari untuk menjaga keamanan di dalam maupun di luar gedung. Di samping menjaga keamanan, security juga membantu debitur yang mengalami kesusahan, seperti saat pengisian formulir atau memerlukan bantuan yang lain.

d. Empati (*Empathy*)

Empati adalah bentuk kepedulian ikhlas dan layanan secara individual terhadap debitur. Berdasarkan fakta hasil observasi dan wawancara, tampak layanan terlihat sangat sopan dan peduli terhadap debitur sehingga debitur merasa nyaman dan tidak bingung saat bertransaksi. Petugas kasir, penaksir, maupun security telah memberikan layanan yang prima terhadap debitur. Dari aspek keamanan barang gadai maupun layanan yang diberikan, para partisipan merasapuas. Namun, beberapa partisipan masih menyodorkan keluhan mengenai fasilitas tertentu yang harus dikembangkan agar mutu layanan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat menjadi lebih optimal (Islam, M. S., dkk, 2024).

Kepuasan konsumen adalah aspek fundamental yang mempengaruhi keputusan debitur untuk menggunakan lagi jasa perusahaan. Berdasarkan fakta hasil observasi, tidak sedikit debitur tetap loyal memanfaatkan layanan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat meskipun kediaman mereka cukup jauh. Peristiwa tersebut menunjukkan bahwa layanan dan fasilitas yang diberikan mampu membentuk perasaanpuas dan kesetiaan debitur terhadap perusahaan.

Hambatan dan Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat

Dalam menjalankan perencanaan strategi perusahaan sudah pasti akan menghadapi hambatan atau rintangan yang ditemui oleh perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan atau cita-rata perusahaan. Berikut merupakan hambatan yang ditemui oleh PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat dalam menjalankan strategi layanan:

- a. Adanya pergeseran karyawan atau rekrutmen karyawan baru yang menyebabkan layanan yang sebelumnya telah beroperasi dengan optimal perlu diatur ulang. PT Pegadaian Unit v Kalisat harus menyelenggarakan pengajaran ulang terhadap karyawan baru berkenaan dengan layanan agar layanan yang disediakan sesuai dengan standar operasi yang telah ditetapkan perusahaan.
- b. Adanya debitur yang kurang sabar dan kurang memahami kondisi karyawan ketika sedang menyelesaikan tugas administrasi maupun layanan yang lain, sehingga menginginkan layanan dilakukan lebih kilat. Keadaan tersebut seringkali membuat karyawan harus membagi konsentrasi antara menyelesaikan tugas dan melayani debitur dengan optimal.
- c. Adanya kerusakan perangkat operasional maupun gangguan sistem yang digunakan dalam tahapan layanan di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat. Gangguan tersebut dapat menghambat tahapan layanan kepada debitur sehingga mempengaruhi performa karyawan serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan.
- d. Adanya debitur yang kurang responsif maupun kurang memberikan umpan balik ketika dilayani oleh karyawan. Keadaan tersebut seringkali membuat karyawan merasa malu sehingga layanan yang diberikan menjadi kurang optimal.

Hasil riset yang telah dilaksanakan di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat tentang strategi meningkatkan mutu layanan untuk mencukupi kepentingan debitur sungguh krusial. Perkara tersebut bisa dibuktikan melalui hasil wawancara yang mana sebagian debitur menyatakan layanan yang disediakan masih perlu dikembangkan agar semakin baik. Dengan menjalankan strategi layanan yang tepat, PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat akan

mampu meningkatkan kenyamanan, kepuasan, serta kesetiaan debitur dalam memanfaatkan layanan Pegadaian.

Dampak Kualitas Pelayanan PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut perolehan analisis data pada riset ini memperlihatkan bahwa ukuran mutu layanan berdampak baik bagi kepuasan debitur di PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat. Perkara tersebut bisa didefinisikan bahwa mutu layanan yang diantaranya harus ada bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, serta empati mampu menaikkan kepuasan debitur.

Lalu, berdasarkan perolehan riset yang sudah dilaksanakan menampilkan bahwa mutu layanan yang berisi bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, serta empati menyumbangkan dampak signifikan saat menaikkan kepuasan debitur (Saifuddin, & Husada, L. M., 2023). Semakin baik mutu layanan yang disediakan, maka akan semakin besar pula dampaknya terhadap peningkatan kepuasan debitur pada PT Pegadaian Unit Cabin Kalisat.

Riset sebagaimana dilaksanakan oleh Pawestriningsih (2016) dengan judul “Dampak Mutu Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Debitur (Survei Pada Debitur Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)” menemukan bahwa mutu layanan yang terdiri dari bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berdampak signifikan terhadap kepuasan debitur. Selanjutnya riset yang dilaksanakan oleh Montolalu (2015) dengan judul “Dampak Mutu Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Kesetiaan Debitur Pada PT Pegadaian Cabang Manado Timur” menemukan bahwa mutu layanan, promosi, dan kepuasan berdampak signifikan positif terhadap kesetiaan debitur.

Hasil riset juga menunjukkan bahwa mutu layanan melalui bukti nyata, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berdampak baik bagi kesetiaan debitur. Hal ini menunjukkan bahwa mutu layanan yang prima dapat meningkatkan kesetiaan debitur pada PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat.

Berdasarkan observasi, mutu layanan yang meliputi indikator nyata, ketertarikan, tanggungjawab, responsifitas, keyakinan, dan simpati memberikan dampak bermakna dalam meningkatkan loyalitas klien pada PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat. Dengan demikian, mutu layanan memiliki peran vital dalam membentuk kepuasan sekaligus meningkatkan loyalitas klien terhadap perusahaan.

Kajian yang dilaksanakan oleh Nugroho (2015) dengan judul kajian “Dampak Mutu Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Klien (Survei pada Klien Speedy Telkom di Kota Surakarta)” membuktikan bahwa mutu layanan berdampak secara bermakna kepada tingkat kepuasan klien serta loyalitas klien. Oleh karena itu, hasil kajian ini juga sejalan dengan kajian yang dilaksanakan oleh Nugroho (2015).

D. Kesimpulan

Strategi memenangkan persaingan melalui peningkatan kualitas pelayanan di PT Pegadaian Unit Cabang Kalisat memiliki peran yang krusial sekali saat menaikkan kepuasan serta loyalitas nasabah. Kualitas layanan pada pegadaian berisi kehandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), serta bukti fisik (tangible) terbukti mampu menyumbangkan dampak baik bagi kenyamanan serta kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan Pegadaian. Selain itu, penerapan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (marketing mix) seperti produk, harga, promosi, serta tempat juga mampu memperkuat daya saing perusahaan di tengah persaingan lembaga keuangan yang kian selektif. Meskipun masih terdapat beberapa hambatan seperti pergantian karyawan, gangguan sistem operasional, dan kendala komunikasi dengan nasabah, PT Pegadaian Unit Cabang Kalisat tetap berupaya menaikkan mutu pelayanan agar mampu mencukupi kepentingan dan harapan nasabah. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas menjadi faktor utama dalam membangun citra perusahaan, meningkatkan kepuasan, serta menciptakan loyalitas nasabah terhadap PT Pegadaian Unit Cabang Kalisat.

Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT Pegadaian Unit Pegadaian Cabang Kalisat, khususnya kepada Kepala Unit Cabang, staf pelayanan, serta para nasabah yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan izin serta bantuan selama proses pengumpulan data penelitian ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember atas dukungan akademis yang diberikan, serta

kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga jurnal penelitian Magang MBKM ini dapat terselesaikan dengan baik.

E. Referensi

- Assauri, S. (1995). Manajemen produksi dan operasi. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023. Jakarta: BPS.
- Dell'Isola, A. J. (1982). Value engineering in the construction industry (3rd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Islam, M. S., Hamzah, N., & Mahmud, A. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Unit Siwa Kabupaten Wajo. *Jurnal Teknik dan Kinerja*, 11(2), 71–87. <https://doi.org/10.52103/jtk.v11i2.153>
- Montolalu, F. S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2019). Pengaruh kualitas layanan, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3321–3330.
- Nugroho, N. T. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan: Survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta. *Jurnal Paradigma*, 12(2), 114–122.
- Pawestriningtys, N. C., Suharyono, & Suyadi, I. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah (Survei pada nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 1–8.
- Purnamasari, S. (2018). Strategi pemasaran pegadaian syariah dalam meningkatkan penjualan jasa produk (studi kasus pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 9(1), 25–37.
- Rahmawati, S., Kusumawati, R., & Pertiwi, D. D. (2022). Kualitas pelayanan nasabah pada kantor PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Gunung Sari Balikpapan. *OFFICIA: Jurnal*, 1(2), 64–71.
- Saifuddin, & Husada, L. M. (2023). Pengembangan strategi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada pabrik AMDK Abillaitis di Ambuten. *LOKAWATI: Jurnal Penelitian Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 160–174.