

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN  
*SERVICE EXCELLENCE* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN DI  
PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT CABANG PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh :**

**FRINA DIAN FATURRAHMAH**

**NIM. 1717202070**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *SERVICE EXCELLENCE* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT CABANG PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Frina Dian Faturrahmah** NIM **1717202070** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **07 Maret 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito, M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M.H.I.  
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.  
NIP. 19651205 199303 1 004

Purwokerto, 18 Maret 2022

Mengetahui/Mengesahkan Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frina Dian Faturrahmah  
NIM : 1717202070  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management*  
Dan *Service Excellence* Dalam Meningkatkan  
Pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang  
Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 Februari 2022

Saya yang menyatakan,



Frina Dian Faturrahmah

NIM. 1717202070

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Syaifuddin Zuhri

Purwokerto

Di Purwokerto

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Frina Dian Faturrahmah NIM. 1717202070 yang berjudul :

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *SERVICE EXCELLENCE* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT CABANG PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dalam rangka memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E).

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Purwokerto, 14 Februari 2022

Pembimbing,



**Dr. Atabik, M. Ag**

NIP. 19651205 199303 1 004

## **MOTO**

(day6)

“Like a flowing wind”



**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN  
*SERVICE EXCELLENCE* DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN DI  
PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT CABANG PURWOKERTO**

**FRINA DIAN FATURRAHMAH**  
**NIM. 1717202070**

**E-mail: [frinadian@gmail.com](mailto:frinadian@gmail.com)**

**Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Universitas Islam Negeri Prof. KH. Syaifuddin Zuhri Purwokerto**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *customer relationship management* dan *service excellence* dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pihak PT. Pegadaian (Persero).

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggambarkan, mengeksplorasi, dan menjelaskan penerapan *customer relationship management* dan *service excellence* dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerapan *customer relationship management* dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Papper and Rogers (2004) yaitu ada tiga dimensi : people atau karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, pada dimensi proses terdapat tujuh tahap, namun menurut hasil penelitian hanya enam tahap yang dilakukan pada dimensi ini yaitu identifikasi, kustomisasi, berbagi informasi, keterlibatan anggota, kemitraan jangka panjang, dan pemecahan masalah bersama. Tahap difensiasi tidak diberlakukan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Dimensi yang ketiga yaitu teknologi yang digunakan. Kemudian untuk penerapan *service excellence* dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto berdasarkan penelitian sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan Barata (2004) terdapat enam faktor yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab.

**Kata Kunci: Customer Relationship Management, Service Excellence, Pelayanan**

**IMPLEMENTATION OF *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
AND *SERVICE EXCELLENCE* IN IMPROVING SERVICE IN PT.  
PEGADAIAN (PERSERO) PURWOKERTO BRANCH UNIT**

**FRINA DIAN FATURRAHMAH**  
**NIM. 1717202070**

**E-mail: [frinadian@gmail.com](mailto:frinadian@gmail.com)**

**Department of Islamic Economics and Finance**

**Faculty of Islamic Economics and Business**

**State Islamic University Prof. KH. Syaifuddin Zuhri Purwokerto**

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to find out how the implementation of *customer relationship management* and *service excellence* in improving services at PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit. Data were collected through interviews, observations, and documentation. with PT. Pegadaian (Persero).

This study uses a qualitative design. In this study, the researchers tried to describe, explore, and explain the application of *customer relationship management* and *service excellence* in improving services at PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit.

The results of the study revealed that the application of *customer relationship management* in improving services at PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit in accordance with the theory put forward by Papper and Rogers (2004) that there are three dimensions: people or employees of PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit, in the process dimension there are seven stages, but according to the results of the study only six stages were carried out on this dimension, namely identification, customization, information sharing, member involvement, long-term partnership, and joint problem solving. The differentiation stage is not applied at PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit. The third dimension is the technology used. Then for the implementation of *service excellence* in improving services at PT. Pegadaian (Persero) Purwokerto Branch Unit based on research is in accordance with the theory put forward Barata (2004) there are six factors, namely ability, attitude, appearance, attention, action, and responsibility.

**Keywords: Customer Relationship Management, Service Excellence, Service**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	ḏ	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa'	ḏ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka



ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

### Ta' Marbutah di akhir Kata apabila dimatikan ditulis h

جرية	Ditulis	Jarimah
المصحفة	Ditulis	Al-muṣṣahaqah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

### Vokal Pendek

--َ---	Fathah	Ditulis	A
--ِ---	Kasrah	Ditulis	I
--ُ---	D'ammah	Ditulis	U

### Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	Ditulis	Ā
	الاسلام والطب	Ditulis	<i>Al-islam wa-al Tib</i>
2.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	Ī
	والطب	Ditulis	<i>Wa-al Tib</i>

### Vokal Rangkap

1.	Fatḥah + ya'mati	Ditulis	Ai
	ايما نهم	Ditulis	<i>Aymānuhum</i>
2.	Fatḥah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

### Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
اقياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l(el)nya.

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
اشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan izin dan kemudahan serta kekuatan kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik. Segala perjuangan hingga sampai dititik ini penulis persembahkan kepada orang yang berharga dan rezeki terindah dalam hidup penulis, yaitu Bapak Sahudin dan Ibu Siti Rahmawati serta adik Firmansyah yang selalu mendukung, mendo'akan, menyayangi, serta memberikan motivasi dalam hidup penulis.



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis diberi kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dan menjadi sumber ilmu dan hikmah. Dengan penuh rasa hormat atas bimbingan-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Dan *Service Excellence* Untuk Meningkatkan Pelayanan Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto”** sebagai salah satu syarat kelulusan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan motivasi, serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, penulis bermaksud menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag Rektor Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. Atabik, M.Ag. sebagai dosen pembimbing skripsi yang penuh dengan kesabaran memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

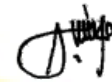
9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan seluruh jajaran civitas akademik Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Ayahanda Sahudin dan Ibunda Siti Rahmawati, orang yang paling hebat di dunia yang telah berperan penting dalam hidup penulis serta pengorbanannya yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan motivasi dalam segala hal. Terima kasih untuk terus membuat penulis percaya bahwa pasti bisa melaluinya meskipun sulit. Serta untuk adik Firmansyah Ravsanjani yang telah memberikan do'a kepada penulis.
11. Pengasuh Pondok Pesantren Fathul Mu'in Dr. KH. Nasrudin, M.Ag dan Ibu Nyai H. Durrotun Nafisah, S.Ag., M.S.I., yang telah memberikan ilmu dan mendidik serta mendo'akan dengan ikhlas dan kasih sayang.
12. Terima kasih kepada Bapak Wahyudi selaku Pimpinan Cabang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto karena telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dan Ibu Rustiani selaku Sales Head serta Mba Siswanti Deta yang telah membantu memberikan arahan, waktu, dan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
13. Danar Prasetyo yang selalu meluangkan waktu, pikiran, nasihat dan saran yang mendorong penulis agar semangat dalam mengerjakan skripsi.
14. Keluarga Perbankan Syariah B 2017 yang berjuang bersama.
15. Sahabat team support (Istna Mufidah, Tri Puji Astuti, Hari Ayuningtyas, Vivi Nurrofifah, Vina Dwi Yulianti, Savitri Devi Aryani, Desti Romadhoni, Laila Soviyatun) yang telah memberikan semangat kepada penulis dan terima kasih karena telah kebersamai penulis selama dibangku perkuliahan.
16. Sahabat sekaligus saudara Tasya Rizki Fitria, Lulu Nafysatul Alwi, Septi Rindiyani, Silvyana Nur Azizah, dan Mutia Nur Prifioningsih yang telah memberikan dukungan kepada penulis dan memberikan warna dalam hidup penulis.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segalanya. Semoga kita semua selalu diberkahi Allah SWT.

18. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me and for doing all this hard work.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat disempurnakan.

Purwokerto, 14 Februari 2022

Penulis,



Frina Dian Faturrahmah



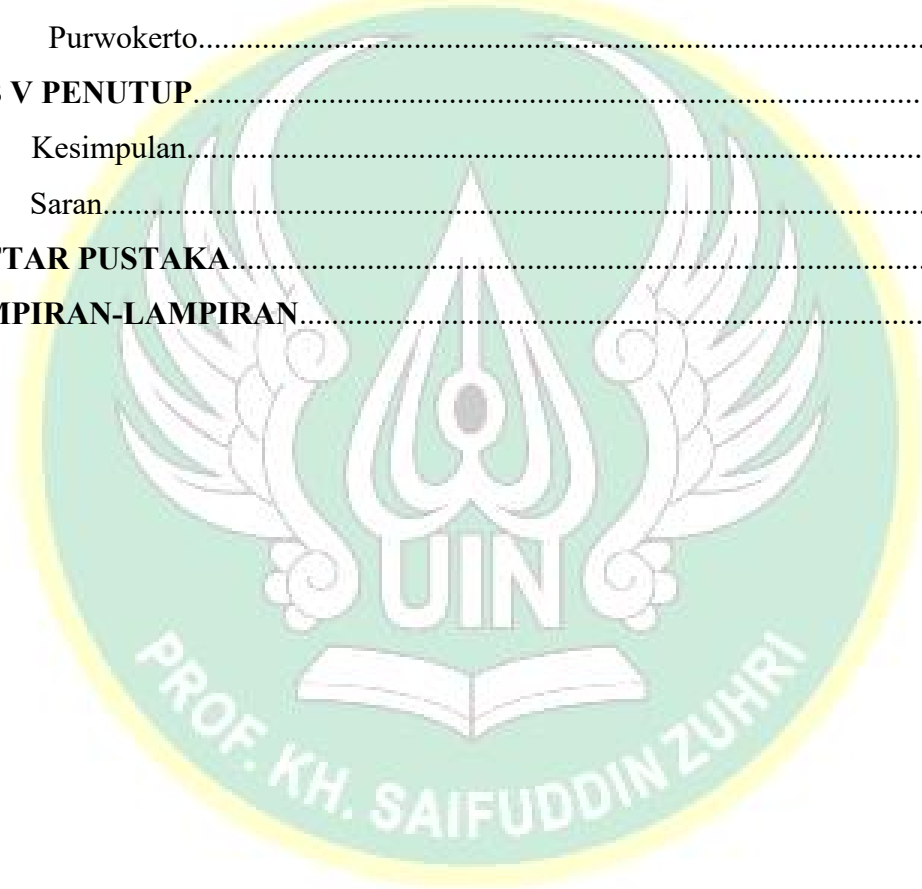
## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR COVER</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak didefinisikan.</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. <i>Customer Relationship Management</i> .....	11
1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	11
2. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> .....	12
3. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
4. Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> .....	14
B. <i>Service Excellence</i> .....	17
1. Pengertian <i>Service Excellence</i> .....	17
2. Tujuan <i>Service Excellence</i> .....	19

3. Manfaat <i>Service Excellence</i> .....	20
4. Faktor Dalam Pelayanan Prima.....	21
C. Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> Dan <i>Service Excellence</i> .....	22
D. Hambatan Dalam Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> Dan <i>Service Excellence</i> .....	23
E. Landasan Teologis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Pendekatan Penelitian.....	26
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
C. Subyek Dan Objek Penelitian.....	28
D. Data Dan Jenis Data.....	28
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	29
1. Observasi.....	29
2. Wawancara.....	29
3. Dokumentasi.....	30
F. Analisis Data.....	31
G. Uji Keabsahan Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	34
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	34
1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero).....	34
2. Logo Perusahaan PT. Pegadaian (Persero).....	36
3. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero).....	37
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.	38
5. Produk Dan Pelayanan.....	41
6. Lokasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	49
7. Jam Kerja PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	49
B. Hasil Penelitian.....	49



1. Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	49
2. Penerapan <i>Service Excellence</i> di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	60
3. Analisis Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Service Excellence</i> di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	66
4. Faktor Hambatan Pelaksanaan <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Service Excellence</i> di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	78
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	82



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka.....	7
--------------------------------	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	36
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	38
Gambar 4. 3 Lokasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	82
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	92
Lampiran 3 Surat Izin Observasi Pendahuluan.....	95
Lampiran 4 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi.....	96
Lampiran 5 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi.....	97
Lampiran 6 Surat Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi.....	98
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....	99
Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	102
Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.....	103
Lampiran 10 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	104
Lampiran 11 Hasil Cek Plagiarisme.....	105
Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab.....	106
Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris.....	107
Lampiran 14 Sertifikat BTA PPI.....	108
Lampiran 15 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan.....	109
Lampiran 16 Sertifikat Aplikasi Komputer.....	110
Lampiran 17 Sertifikat KKN.....	111
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....	112

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, lembaga-lembaga atau perusahaan-perusahaan khususnya di sektor keuangan mulai terdorong untuk memperkuat strategi agar dapat terus mengakses pasar dan dapat menjamin pertumbuhan lembaga tersebut secara berkelanjutan. Persaingan usaha yang semakin ketat mengharuskan perusahaan untuk berfokus pada kebutuhan pelanggan. Kondisi persaingan bisnis yang terjadi pada saat ini membuat perusahaan menyadari betapa pentingnya pendekatan kepada pelanggan untuk menarik perhatian pelanggan.

Perusahaan pelayanan jasa saat ini mulai mempertahankan citra perusahaan dan memperoleh keuntungan dari nasabah yang melakukan layanan jasa dengan memprioritaskan kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan. Untuk menghadapi persaingan ini perusahaan harus menerapkan manajemen sumber daya manusia didalamnya khususnya dalam komunikasi dan mengelola hubungan dengan pelanggan. Komunikasi merupakan faktor utama yang fundamental dalam perekonomian berbasis pengetahuan yang saat ini semakin berkembang (Sabatini, 2018: 1). Komunikasi merupakan suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain (Wikipedia, 15 Januari 2021).

Dalam hal ini, melakukan pendekatan kepada pelanggan sangat diperlukan dan dijadikan strategi untuk meningkatkan kinerja karyawan menjadi lebih efektif dalam meningkatkan pelayanan. Dengan pelayanan yang efektif maka dapat membantu pelanggan dalam mengambil keputusan. Saat ini, banyak perusahaan ataupun lembaga keuangan yang melakukan pendekatan kepada masyarakat (*Customer Relationship Management*) dengan cara membentuk rasa tanggungjawab kepada pelanggan dan menjaga

hubungan yang baik antara pihak internal dan pihak eksternal. Secara khusus, perusahaan yang melakukan pendekatan kepada pelanggan akan berusaha memberikan pelayanan prima (*Service Excellence*) yang sifatnya personal serta dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau nasabah.

Sedangkan *Service Excellence* merupakan suatu penyajian produk dan jasa yang sesuai dengan standar suatu perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk barang atau jasa tersebut sama yang diharapkan oleh seorang pelanggan (Rahayu, 2018). *Service Excellence* merupakan salah satu komponen penting yang harus dijalankan oleh semua perusahaan supaya tetap bertahan ditengah persaingan global saat ini. Pelayanan prima (*Service Excellence*) adalah perbuatan atau tindakan yang memberikan kepada pelanggan apa yang memang mereka harapkan pada saat membutuhkan, dengan cara yang mereka inginkan.

Dengan adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan maka akan mengetahui apa yang diharapkan pelanggan atau nasabah melalui pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan akan menimbulkan ikatan yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang baik dan terbuka serta komunikasi dua arah antara perusahaan dan pelanggan tersebut. Dengan demikian, kesetiaan dan kepuasan pelanggan dapat dipertahankan karena pengelolaan hubungan dengan pelanggan (*Customer Relationship Management*) dan pelayanan yang baik (*Service Excellence*) bertujuan mengelola dan mengetahui kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan observasi awal, peneliti melihat bahwa petugas pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto dalam menjalin *customer relations* melalui pelayanan prima (*service excellence*) yaitu dengan melakukan kegiatan rutin pada hari senin-sabtu melakukan pelayanan dengan tujuan melayani pelanggan atau nasabah untuk melakukan transaksi baik itu transaksi gadai ataupun yang lainnya, dan juga untuk memberikan informasi atau membantu pelanggan dalam mengatasi kendala yang dihadapi pelanggan. Maka secara tidak langsung dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan

dengan pelanggan agar pelanggan merasa puas melalui pelayanan prima yang diberikan.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka, PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto ingin melihat bagaimana konsistensi pelayanan terhadap pelanggan atau nasabahnya. Untuk itu dilakukan pengamatan terhadap petugas pelayanan. Saat ini, pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk dapat memperoleh loyalitas dari pelanggan, apalagi jika ada petugas pelayanan yang kadang-kadang tidak selalu memberikan pelayanan secara prima. Namun, masing-masing perusahaan memiliki ciri khasnya sendiri, dimana PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto lebih mengutamakan “sentuhan pribadi” dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan atau nasabahnya. PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto harus bisa meyakinkan para nasabah atau calon nasabah bahwa PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto akan memberikan manfaat dan membuat nasabah memiliki kepuasan dengan mengutamakan pelayanan. Pelayanan terhadap nasabah adalah tujuan perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Untuk meningkatkan pelayanan maka PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto menginvestasikan sumber daya manusia yang dimiliki dan terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan para nasabah, PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto menggunakan strategi kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan bagi nasabah.

Sehubungan dengan fenomena tersebut maka penulis tertarik terhadap pendekatan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto dan pelayanan yang diberikan untuk memberi kepuasan terhadap pelanggannya. Dan penulis jadikan tema dalam penelitian skripsi yang berjudul ***“Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dan Service Excellence Untuk Meningkatkan Pelayanan di PT. Pegadaian Persero Unit Cabang Purwokerto”***.

## B. Definisi Operasional

### 1. *Customer Relationship Management*

Menurut Butle dan Maklan, didalam sebuah hubungan yang terjadi antara kedua belah pihak dapat diartikan dengan Relasi. Relasi juga dapat disebut dengan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Dalam suatu proses hubungan, maka akan timbul kepercayaan atau komitmen yang terjadi antara kedua belah pihak tersebut. CRM merupakan proses dimana suatu organisasi atau perusahaan berhubungan dengan pelanggannya. CRM adalah istilah pendekatan terintegrasi untuk memperoleh atau mempertahankan pelanggan. CRM juga disebut dengan strategi bisnis yang digunakan untuk memaksimalkan pendapatan dan profitabilitas serta kepuasan pelanggan agar dapat menyediakan umpan balik yang efektif. CRM memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan secara jangka panjang (Erna, Nurul, 2017).

Dalam menciptakan pelayanan yang baik, perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan melakukan CRM (*Customer Relationship Management*). Komunikasi yang baik dengan pelanggan akan menciptakan kesan yang baik bagi perusahaan dan akan membuat citra yang positif perusahaan bagi pelanggan atau nasabah. Hubungan nasabah merupakan peran yang sangat penting bagi perusahaan dan sebagai alat yang fundamental bagi perusahaan untuk mencapai tujuan (Juanamasta, dkk, 2019). CRM merupakan taktik ekonomi yang digunakan untuk memelihara hubungan timbal balik dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan atau nasabah yang menguntungkan bagi keduanya. CRM berfungsi untuk memperoleh, mengidentifikasi, melayani, dan mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan dan persaingan bisnis mengungkapkan betapa pentingnya CRM sebagai alat dalam bisnis perusahaan (Udoh, dkk, 2019).



## 2. *Service Excellence*

Pelayanan merupakan salah satu senjata bagi perusahaan terutama perusahaan jasa untuk bersaing dengan perusahaan lain. Pelayanan prima berfungsi untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja individu dalam suatu perusahaan (Voon, 2021). Pelayanan prima atau *service excellence* berarti pelayanan yang baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang dimiliki perusahaan yang memberikan pelayanan. Pelayanan prima merupakan upaya terbaik yang diberikan perusahaan kepada pelanggan/nasabah sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan/nasabah (Indah, Divia, 2021).

*Service Excellence* merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik untuk memfasilitasi kebutuhan dan menciptakan rasa puas bagi pelanggan atau nasabah. Selain menciptakan kepuasan bagi pelanggan, *service excellence* memiliki tujuan untuk menciptakan kepercayaan pelanggan dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan pelanggan agar dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan (Simamora, Yusmalinda, 2021). *Service excellence* memerlukan penyelarasan antara proses dan organisasi. Jika perusahaan berhasil menerapkan *service excellence* maka perusahaan akan memperoleh kepercayaan pelanggan (Handayani, et, al, 2021).

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka pokok permasalahan pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Excellence* untuk meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto?
2. Apa yang menjadi hambatan dalam penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :
  - a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?
  - b. Untuk mengetahui apa hambatan dalam penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?
2. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :
  - a. Manfaat Teoritis
    - 1) Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan menambah wawasan dan juga pengetahuan bagi penulis khususnya.
    - 2) Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi masyarakat dan menjadi rujukan untuk peneliti-peneliti selanjutnya.
    - 3) Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk pengembangan ilmu mengenai *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence*.
  - b. Manfaat Praktis
    - 1) Diharapkan penelitian ini menjadi acuan bagi instansi dalam mengembangkan pelayanan terhadap pelanggan atau nasabah.
    - 2) Menumbuhkan kesadaran bagi perusahaan-perusahaan untuk melakukan persaingan yang memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*).
    - 3) Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk dapat membangun loyalitas dengan nasabah.

#### **E. Kajian Pustaka**

Untuk mendukung landasan teori sekaligus sebagai penegas tidak adanya unsur duplikasi dalam penelitian, maka berikut ini akan penulis

paparkan beberapa pustaka yang memiliki hubungan substansial dengan kajian penelitian penulis.

Tabel 1. 1  
Kajian Pustaka

No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Pembeda Penelitian
Isu : <i>Customer Relationship Management</i>			
1.	Rizma Rizqiyah Sabatini. Februari 2018. Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Berbasis Website di CV Riz Plakat Jaya.	Proses CRM dilakukan melalui <i>website</i> dan secara langsung terhubung melalui media sosial, dan aktivitas yang terjadi sesuai dengan teori konstruktivisme yang memungkinkan memegang kendali mengenai pelanggan.	Perbedaannya adalah skripsi yang diteliti Rizma Rizqiyah Sabatini hanya membahas mengenai <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Berbasis <i>Website</i> dan tidak adanya <i>Service Excellence</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini.
2.	Busriadi. April 2019. Analisis Strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Di Provinsi Jambi).	Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis dari penelitian maka kompetensi sumber daya manusia, mutu pelayanan, teknologi, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Pada penelitian yang dilakukan Busriadi, objek yang diteliti adalah strategi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) sedangkan pada penelitian yang akan saya teliti yaitu penerapannya, dan

			tidak adanya <i>Service Excellence</i> yang akan digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan.
3.	Fefi Marnis. 2020. <i>Kualitas Customer Relationship Management</i> PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu.	Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> yang digunakan adalah menjadi pendengar yang baik untuk nasabah, tetap sabar dan ramah, bersikap empati dan sebagainya. Kemudian terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya seperti waktu, dan karyawan yang kurang kompak.	Perbedaannya yaitu pada skripsi yang diteliti oleh Fefi Marnis membahas mengenai kualitas <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> pada lembaga keuangan bank dan tidak adanya <i>Service Excellence</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini.
Isu : <i>Service Excellence</i>			
4.	Kadari. 2016. <i>Pelayanan Prima (Service Excellence) Pada Pelanggan.</i>	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, lokasi, dan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaannya yaitu dalam penelitian yang dilakukan kadari hanya meneliti mengenai <i>Service Excellence</i> , tidak terdapat adanya <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>

			yang akan digunakan dalam penelitian ini.
5.	Deny Indrawan Saputra. 2018. <i>Pelayanan Prima (Service Excellence)</i> di PT. Nur Dhuha Wisata (Penyelenggara Tour Dan Travel Umroh Dan Haji Mabrur Mandiri Surabaya.	Konsep pelayanan prima ( <i>Service Excellence</i> ) di PT. Nur Dhuha Wisata suda sesuai dengan SOP dan pelayanan prima yang mendukung dalam pelayanan keseluruhan dari awal pendaftaran administrasi sampai kepulauan jamaah.	Letak perbedaannya yaitu dalam penelitian yang diteliti oleh Deny Indrawan Saputra peneliti hanya meneliti mengenai konsep <i>Service Excellence</i> dan tidak adanya <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> yang akan diteliti dalam penelitian ini.

#### F. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui gambaran dan pokok penelitian, penulis menyusun sistematika pembahasan dalam hal ini bentuk kerangka proposal skripsi ini sebagai berikut :

BAB I Berisi tentang pendahuluan yang mencakup tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penulisan skripsi, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Berisi tentang landasan teori mengenai *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* yang pembahasannya meliputi pengertian, manfaat, tujuan, implementasi, dan landasan teologis mengenai *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence*.

BAB III Berisi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang mencakup jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subyek dan objek penelitian, data dan jenis data, tehnik pengumpulan data dalam penelitian.

BAB IV Gambaran umum obyek penelitian yaitu meliputi sejarah PT. Pegadaian Persero unit cabang Purwokerto dan Hasil Penelitian bagaimana penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* dan hambatan yang dilalui dalam penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian Persero unit cabang Purwokerto.

BAB V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran sebagai akhir dari pembahasan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. *Customer Relationship Management***

##### **1. Pengertian *Customer Relationship Management* (CRM)**

CRM merupakan kependekan dari *Customer Relationship Management*. Menurut Kotler dan Keller CRM merupakan proses mengelola yang dilakukan secara intens atau informasi yang rinci mengenai pelanggan-pelanggan individual dan hal lain yang menyangkut tentang pelanggan. CRM juga didefinisikan sebagai hubungan atau korelasi yang dilakukan perusahaan dengan pelanggannya terkait transaksi, produk, atau jasa. Secara umum, CRM dapat didefinisikan sebagai usaha yang memungkinkan perusahaan mengelola hubungan dengan pelanggannya (Munandar, 2016 : 67).

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu aktifitas atau kegiatan yang teratur dan sistematis yang dilakukan oleh perusahaan guna memahami, mempertahankan dan loyalitas pelanggan, juga untuk memikat pelanggan baru agar mencapai pertumbuhan perusahaan yang signifikan. Dari sisi strategi bisnis, CRM memiliki dua definisi. Pertama, CRM merupakan salah satu filosofi dan model strategi bisnis perusahaan, dengan berorientasikan dan berbasiskan kepada pelanggan. Kedua, CRM merupakan sebuah strategi bisnis menyeluruh yang dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan dapat semakin efektif dalam berhubungan dengan pelanggan mereka serta mengelola hubungan baik tersebut untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan (Pratama, 2020 : 11).

Menurut pakar CRM Profesor Franics Buttle dari Manchester Bussiness School UK, CRM adalah induk strategi bisnis perusahaan yang mengintegrasikan fungsi, proses internal, dan jaringan di luar entitas perusahaan, guna menciptakan, mendapatkan, dan memenuhi nilai serta mendapatkan laba dari para pelanggan yang menjadi objek, memanfaatkan

teknologi dan informasi serta mendapatkan data yang berkualitas terkait pelanggan itu sendiri. Selain itu, Armstrong dan Kotler pada tahun 2010 mengatakan bahwasannya CRM adalah kumpulan dari tahapan dan proses yang dilewati oleh perusahaan dalam menyediakan layanan serta meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan agar dapat mencapai kepuasan pelanggan, kemudian menghasilkan pencapaian keuntungan juga mencapai tujuan bisnis perusahaan (Pratama, 2020 : 12).

Paul Greenberg, salah satu pakar CRM lainnya mengatakan bahwa, CRM merupakan sebuah filosofi dan strategi bisnis yang dipadukan dengan proses bisnis, alur kerja, interaksi sosial dan juga pemanfaatan teknologi informasi, untuk dapat melibatkan pelanggan ke dalam komunikasi yang kolaboratif dengan perusahaan, untuk dapat mewujudkan kondisi yang saling menguntungkan di dalam bisnis yang transparan dan terpercaya. Sedangkan menurut Priansa, CRM adalah salah satu usaha perusahaan dalam rangka mengelola pelanggan yang dimiliki dengan lebih maksimal (Rahmawati, dkk, 2019).

Turban menyatakan bahwa CRM merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada pelanggan, untuk menciptakan hubungan baik antar perusahaan dan pelanggan, sekaligus fokus kepada pembangunan jangka panjang sehingga memberikan manfaat bagi kedua pihak (Pratama, 2020 : 12). Dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM) maka akan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah yang berdampak pada loyalitas nasabah (Putra, dkk, 2017). Dalam *Customer Relationship Management* (CRM), mengenali pelanggan merupakan pokok dari suatu bisnis dan keberhasilan perusahaan akan bergantung dari hubungan perusahaan dengan pelanggan yang telah dijalankan secara efektif oleh perusahaan (Zahro, dkk, 2018).

## 2. Tujuan *Customer Relationship Management*

Tujuan utama CRM pada perusahaan adalah untuk membantu perusahaan di dalam meningkatkan dan menjaga kepuasan dan kepercayaan pada pelanggan. Dengan menjaga kepercayaan dan kepuasan



pelanggan, maka pelanggan akan makin loyal terhadap produk dan layanan yang diberikan sekaligus menjaga loyalitas tersebut. Tujuan dari CRM juga untuk memaksimalkan keuntungan dan pendapatan perusahaan. Dari hal tersebut maka loyalitas pelanggan akan meningkat dan akan meningkatkan pendapatan perusahaan, meningkatkan keuntungan yang diperoleh secara finansial, yang berujung terhadap pencapaian tujuan bisnis perusahaan (Pratama, 2020 : 14-16).

Pada dasarnya, tujuan akhir dari *Customer Relationship Management* yaitu guna menumbuhkan pelanggan baru sebanyak-banyaknya dan juga meningkatkan keuntungan perusahaan dari pelanggan yang sudah ada. Biasanya perusahaan melakukan itu untuk menciptakan produk dan jasa yang memiliki kualitas baik setelah itu perusahaan membentuk citra positif serta terpercaya sehingga akan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

### 3. Manfaat *Customer Relationship Management*

Menurut Tunggal dalam (Anwar : 2016), *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki manfaat yaitu :

#### a. Mendapatkan loyalitas pelanggan.

CRM sangat memungkinkan perusahaan untuk menggunakan informasi dari titik kontak dengan pelanggan, yang bisa dilakukan melalui *call center* dan langsung oleh staf pelayanan di lapangan.

#### b. Meningkatkan efisiensi operasional.

Dengan adanya kemudahan dalam proses pelayanan maka akan mengurangi risiko turunnya kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.

#### c. Membatasi/ mengurangi biaya.

Adanya CRM maka dapat memungkinkan pelayanan terhadap pelanggan dan memiliki aturan informasi yang individual dan terfokus, dan menargetkan pelayanan kepada pelanggan dengan tepat pada saat yang tepat juga.

d. Pengembangan *time to market*.

Implementasi CRM dapat memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi terkait pelanggan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan telah maksimal.

e. Peningkatan pendapatan.

Dengan penerapan CRM dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan sehingga dapat meminimalkan biaya dan mengefektifkan efisiensi operasional.

4. Dimensi *Customer Relationship Management*

Terdapat beberapa dimensi CRM (Pappers and Rogers, 2004), yaitu :

a. Karyawan (*People*)

Karyawan merupakan komponen yang penting karena CRM adalah bagaimana suatu perusahaan mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam mewujudkan CRM, diperlukan persiapan dan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan agar karyawan dapat menciptakan kecenderungan dalam mempertimbangkan, bertindak, mengetahui informasi pelanggan, melatih kecakapan, dan bersikap kepada pelanggan (Daniswara, 2020).

b. Proses (*Proces*)

Proses adalah tata cara yang digunakan untuk membantu memupuk hubungan bersama para pelanggan. Untuk mensukseskan CRM, maka perusahaan perlu berhati-hati dalam mengawasi proses bisnis terutama ketika menghadapi pelanggannya. Perusahaan wajib memutuskan apa yang menjadi tujuan atau maksud dari proses ini, bagaimana perusahaan mengatur kesuksesan, dan mengelola proses bisnis (Negara, 2015). Ada tujuh proses yang perlu dilakukan perusahaan ketika menerapkan CRM, yaitu :

## 1) Identifikasi

Dalam tahap identifikasi, perusahaan akan mengumpulkan, mencatat data dan informasi mengenai data individu nasabah atau pelanggan. Dari data yang terkumpul nantinya perusahaan dapat menyusun sumber informasi sampai perusahaan dapat lebih mengerti apa yang diinginkan pelanggan. Dengan demikian maka perusahaan akan memiliki mekanisme sendiri, dan hal itu akan membuat perusahaan memahami kode pelanggan dan perusahaan lebih paham dengan siapa perusahaan melakukan bisnis. Tahap identifikasi ini bertujuan untuk mengenal pelanggan lebih jauh. Dalam proses ini terdapat beberapa hal yang harus diketahui tentang nasabah atau pelanggan, yaitu :

- i. Firmagrafik, adalah suatu informasi mengenai nasabah atau juga perusahaan yang melakukan bisnis dengan perusahaan misalnya : bidang bisnis, jumlah karyawan, kode pos, dan yang lainnya.
- ii. Demografi dan Psikografi, ini merupakan informasi mengenai nasabah atau pelanggan yaitu nama, tanggal lahir, umur, alamat, dan jenis kelamin.
- iii. Infografi, yaitu cara bagaimana interaksi nasabah.

## 2) Diferensiasi

Apa yang dibutuhkan pelanggan sangat beraneka ragam, di tahap diferensiasi ini perusahaan harus mengelompokkan pelanggan dengan kebutuhan masing-masing, kemudian dikelompokkan pada satu penanganan, dan pelanggan yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang lain juga dikelompokkan pada penanganan yang berbeda. Pengelompokkan ini bertujuan agar perusahaan lebih mudah untuk menyusun strategi juga dapat memfokuskan pelayanan kepada kelompok yang spesifik. Perusahaan bisa membuat kriteria pelanggan sesuai dengan nasabah yang paling menguntungkan atau tidak menguntungkan

dan perusahaan membuat kriteria menurut tempat tinggal, umur, jenis kelamin, kebutuhan, keinginan, pendapatan, dan yang lainnya. (Lukas, 2008 dalam Ahmad, 2013).

### 3) Kustomisasi

Perusahaan diharuskan memberikan pelayanan pada pelanggan secara individu supaya perusahaan bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan dari masing-masing pelanggan. Dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan, perusahaan sebisa mungkin meninjau banyak hal yang dapat membuat pelanggannya merasa puas. Menerapkan kustomisasi di Perusahaan tidak hanya menawarkan produk kepada pelanggan, tetapi juga menjalin hubungan yang lebih kuat (Paper & Rogers, 2004).

### 4) Berbagi Informasi

Dalam tahap kali ini, perusahaan dan pelanggan sebisa mungkin saling berbagi informasi mengenai promosi produk, pengenalan produk baru, permintaan pasar, dan sebagainya. Dalam berbagi informasi, perusahaan menggunakan teknologi yang memungkinkan perusahaan untuk memberitahu pelanggan atau nasabah seperti pengenalan produk. Perusahaan menggunakan perangkat lunak seperti situs atau website untuk mengatur proses berbagi informasi (Papper & Rogers, 2004).

Pelanggan juga harus berbagi informasi kepada perusahaan seperti nama, alamat, umur, dan lain sebagainya. Dengan demikian maka kedua belah pihak telah saling terbuka dan saling mengetahui informasi satu sama lain. Tahap ini bertujuan untuk memuaskan pelanggan serta mendapat kepercayaan satu sama lain.

### 5) Keterlibatan Pelanggan

Dalam aktivitas pengembangan produk, evaluasi pasar, pertemuan teknis perusahaan, serta konverensi tahunan perusahaan,

pelanggan diharapkan berpartisipasi agar perusahaan dapat memahami hal yang dibutuhkan atau diperlukan oleh pelanggan pada masa mendatang. Perusahaan dan pelanggan saling bergantung dan berbagi fasilitas serta informasi sehingga terjalin kepercayaan diantara keduanya.

#### 6) Kemitraan Jangka Panjang

Pada kemitraan jangka panjang ini, antara perusahaan dan pelanggan harus saling percaya dan berkomitmen serta bersedia menyediakan sumber daya untuk mengejar keuntungan agar dapat mencapai tujuan bersama. Kemudian ketika terjadi masalah, sebagai mitra maka perusahaan bersama dengan pelanggan harus saling bertanggung jawab dalam menyelesaikan masalah.

#### 7) Pemecahan Masalah Bersama

Atas kerjasama yang telah terjalin antara perusahaan dan pelanggan maka kedua belah pihak harus saling bekerja sama untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan kedua belah pihak harus saling bertanggung jawab.

#### c. Teknologi (*Technology*)

Teknologi dalam CRM lebih dari sekedar perangkat atau aplikasi sederhana. Teknologi dalam CRM harus dapat bekerja dalam semua jalur komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau nasabah. Teknologi juga merupakan alat penunjang yang digunakan untuk menunjang karyawan dalam memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan atau nasabah.

### B. *Service Excellence*

#### 1. Pengertian *Service Excellence*

Secara bahasa *Service Excellence* berasal dari dua kata yaitu *Service* dan *Excellence*. *Service* merupakan setiap kegiatan yang ditujukan guna memberikan rasa puas melalui pelayanan yang diberikan oleh seseorang. Kemudian *excellence* merupakan sesuatu yang diberikan dan memiliki kualitas tinggi serta melebihi apa yang diharapkan oleh

pelanggan. *Service Excellence* yaitu kegiatan menyusun, mengorganisasi, menggerakkan, dan menuntun proses pelayanan dengan menggunakan standar yang sesuai dengan baik dan membuat pelanggan puas (Nurlia, 2018).

*Service Excellence* (pelayanan prima) merupakan pelayanan istimewa yang diberikan dengan berfokus kepada kepuasan pelanggan (Bastiar, 2010 : 55). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pelayanan merupakan upaya melayani kebutuhan orang lain. Melayani yaitu membantu mengurus apa yang orang lain perlukan. Menurut Brata dalam buku Arista Atmadjati (2018 : 1) pelayanan adalah kegiatan atau proses yang terjadi ketika interaksi secara langsung antara seseorang dengan orang lain atau juga mesin secara fisik, dan menyajikan kepuasan pelanggan. Istilah *Service Excellence* (pelayanan prima) artinya yaitu rasa peduli kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan secara maksimal guna memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dari mewujudkan kepuasan pelanggan, supaya pelanggan selalu royal kepada perusahaan. Untuk melaksanakan pelayanan yang prima, perusahaan harus mempunyai ketrampilan tertentu seperti berpenampilan baik dan rapi, memiliki sikap ramah, dan sikap selalu siap ketika melayani, tenang ketika bekerja, tidak sombong karena merasa dibutuhkan, ahli dalam pekerjaannya baik itu tugas yang berkaitan atau di departemennya ataupun bagian lainnya, serta dapat berkomunikasi dengan baik, dapat mengerti dan paham dengan bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan dan juga memegang kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan dengan cara profesional.

*Service Excellence* (Pelayanan prima) merupakan pelayanan paling baik yang diberikan perusahaan agar dapat memenuhi apa yang diinginkan dan apa kebutuhan pelanggan, baik itu pelanggan di dalam perusahaan ataupun di luar perusahaan (Ismanto, dkk, 2014 : 110). Pelayanan prima juga merupakan bentuk perhatian kepada pelanggan dengan cara memberikan pelayanan maksimal untuk memberikan fasilitas

agar pemenuhan kebutuhan menjadi lebih mudah dan mewujudkan kepuasan pelanggan (Barata, 2006 : 20).

*Service Excellence* (Pelayanan prima) merupakan suatu pelayanan terbaik dalam mencukupi apa yang diharapkan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan prima disebut juga dengan kegiatan pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas merupakan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan serta dapat memberikan kepuasan pelanggan (Maddy, 2009 : 8).

## 2. Tujuan *Service Excellence*

Keberadaan pelayanan prima sangat berdampak pada perkembangan perusahaan. Dengan dilakukannya pelayanan prima yang sesuai dengan standar prosedur (SOP) maka dapat dikatakan bahwa *service* perusahaan sudah baik dalam hal ini terutama di lembaga keuangan. Tujuan dari *Service Excellence* yaitu memberikan pelayanan yang dapat mencukupi dan memuaskan pelanggan juga memberikan fokus pelayanan kepada para pelanggan. Pelayanan di sektor bisnis berorientasi laba, sedangkan pada sektor politik bermaksud untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik (Ismanto, dkk, 2014 : 58).

Pelayanan prima memiliki tujuan pada kelangsungan hidup perusahaan. Jika sebuah pelayanan yang diberikan sangat memuaskan bagi pelanggan maka efeknya juga tidak akan mengecewakan. Demikian juga dengan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yang telah mengaplikasikan pelayanan prima berbasis komunikasi yang baik dari masing-masing pegawai. Ada beberapa tujuan *Service Excellence* (pelayanan prima) yaitu (Rahmayanti, 2013 : 12) :

- a. Memberikan kepuasan dan rasa percaya pada konsumen. Mutu perusahaan juga memacu pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.
- b. Dengan pelayanan prima maka pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala keinginan dan kebutuhannya .

- c. Mempertahankan pelanggan supaya tetap konsisten untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

### 3. Manfaat *Service Excellence*

*Service Excellence* atau disebut dengan pelayanan prima mempunyai manfaat yang sangat besar untuk perusahaan. Selain untuk menaikkan citra perusahaan, *Service Excellence* juga dapat menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Ketika pelanggan telah menerima kepuasan dari perusahaan maka pelanggan akan loyal dan bahkan enggan berpindah ke perusahaan lain, sehingga akan meningkatkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Selain manfaat bagi perusahaan, *Service Excellence* juga memiliki manfaat untuk diri sendiri karena ketika melakukan pelayanan yang baik maka secara tidak langsung dapat membentuk pribadi yang baik dan juga profesional (Pratiwi, 2019).

Menurut Darmawan dan Ismanto, manfaat menerapkan *Service Excellence* adalah :

#### a. Meningkatkan Citra Perusahaan

Citra atau nama perusahaan dapat dinaikkan dengan kegiatan usaha pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta mengutamakan atau memprioritaskan pelanggan yaitu perusahaan yang mempunyai strategi bertahan dan berkembang. Makin baik *Service Excellence*, makin hebat pula perusahaan itu untuk bangkit.

#### b. Loyalitas Pelanggan Atau Nasabah

Loyalitas nasabah kepada perusahaan dapat dibentuk dengan memberikan layanan yang baik dan bisa membuat pelanggan puas.



c. Memberikan Kesan Baik

Setiap pertemuan antara pelanggan dan *frontliner* (bagian pelayanan) pasti akan menumbuhkan kesan. Pada saat pelayanan prima dilaksanakan sesuai prosedur perusahaan yang berlaku, maka pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik. Dengan demikian maka kesan yang baik akan diperoleh manfaatnya oleh perusahaan dari pelanggan.

d. Mendapatkan Timbal Balik Yang Sesuai

Seorang pelanggan datang kemudian menyampaikan keluhannya, dan ditanggapi keluhan tersebut dengan baik dan bijak oleh *Customer Service*, maka pelanggan akan membicarakan kualitas dan nilai pelayanan. (Kurniawan, 2020).

4. Faktor Dalam Pelayanan Prima

Terdapat 6 faktor pelayanan prima (Barata, 2004 : 260), yaitu :

a. *Ability* (Kemampuan)

Ketrampilan yang baik dalam bidang tugasnya merupakan kemampuan bagaimana bisa menyampaikan secara baik atas pengetahuan, cara komunikasi, mengembangkan motivasi diri, serta kehumasan (*public relation*). Kemampuan sangat diperlukan dalam pelayanan prima. Dalam hal ini yang meliputi kemampuan yaitu pegawai harus berkomunikasi dengan nasabah atau pelanggan secara efektif, membina hubungan baik, dan mengembangkan motivasi.

b. *Attitude* (Sikap)

Sikap merupakan karakter yang perlu ditonjolkan ketika melayani pelanggan atau saat berhadapan pelanggan. Seorang pegawai yang bertatap muka langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan menghadapi pelanggan dengan sikap yang baik.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan yang baik secara fisik ataupun non-fisik dapat merefleksikan kehormatan diri terhadap pelanggan atau nasabah, kepercayaan pelanggan, dan kredibilitas seseorang.

d. *Attention* (Perhatian)

Perhatian merupakan sikap rasa peduli penuh kepada pelanggan baik itu terkait kebutuhan pelanggan, keinginan, masalah, serta keluhan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

e. *Action* (Tindakan)

Tindakan yaitu kegiatan nyata yang perlu dilakukan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pegawai harus memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan sebagai bentuk kegiatan nyata.

f. *Accountability* (Tanggungjawab)

Tanggungjawab merupakan tindakan dan sikap berpihak kepada pelanggan atas beberapa hal yang dapat menimbulkan kekecewaan dan kerugian bagi pelanggan.

### C. Hubungan *Customer Relationship Management* Dan *Service Excellence*

Pelayanan prima dideskripsikan sebagai bagian integral dari manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan merupakan interpretasi proses strategis yang menunjukkan bagaimana proses pelayanan dapat tersampaikan kepada pelanggan atau nasabah (Nuralam, 2018 : 53) . Secara khusus, perusahaan yang melakukan pendekatan hubungan dengan pelanggan atau nasabah (CRM) maka akan memberikan *service excellence* yang sifatnya personal serta dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan atau nasabahnya. Begitujuga sebaliknya, jika perusahaan melakukan *service excellence* dengan baik maka akan tercipta hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah (CRM).

Hal yang dilakukan perusahaan untuk menjaga eksistensinya yaitu dengan cara menjalin hubungan *Customer relationship management* dan melakukan *service excellence* kepada nasabah. Selain itu, keduanya merupakan cara untuk meningkatkan pelayanan dan meningkatkan loyalitas pelanggan atau nasabah (Ariningrum, 2019).

#### **D. Hambatan Dalam Penerapan *Customer Relationship Management* Dan *Service Excellence***

Semua perusahaan pasti tidak mengharapkan adanya kendala dalam proses pelaksanaan pelayanan. Namun, di dalam prakteknya di suatu perusahaan terutama perusahaan jasa pasti ada saja beberapa keluhan pelanggan atau nasabahnya. Perusahaan harus mampu memberikan solusi atas keluhan yang disampaikan pelanggan atau nasabahnya. Dengan adanya hambatan maka akan menjadikan perusahaan agar lebih baik dan memperbaiki kesalahan yang pernah terjadi di perusahaan. Dalam hal ini, yang biasanya menjadi hambatan dalam melaksanakan pelayanan di perusahaan yaitu dari segi sumber daya manusianya. Baik dari segi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan (pelanggan) (Daryanto, Ismanto 2014 : 130).

#### **E. Landasan Teologis**

##### *1. Customer Relationship Management*

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis memotivasi setiap perusahaan menciptakan produk yang relatif serta inovatif untuk mendapatkan perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Untuk mempertahankan dan memupuk hubungan dengan pelanggan terdapat berbagai pespektif salah satunya dalam perspektif islam. Dalam islam, seseorang yang menjual atau memiliki bisnis disarankan untuk memiliki hubungan yang positif dengan pembeli atau pelanggannya agar terjalin hubungan yang dapat memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak. Dengan adanya ikatan yang baik maka diharapkan adanya kelanjutan ikatan yang terwujud ridho sama ridho, saling percaya, dan menguntungkan satu sama lain. Berkaitan dengan hal tersebut, Allah SWT telah menerangkan dalam surat Al-Baqarah Ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَى بَعْضُكُمْ مِنْ بَعْضٍ فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُوا مِنَ الشَّاهِدَةِ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ عَازِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.* (Q.S Al-Baqarah : 283)

## 2. Service Excellence

Dalam perusahaan, pegawai harus dapat memberikan nilai plus dan memperhatikan pelanggan-pelanggan atau nasabah. Selain itu, karyawan juga harus bersikap baik dan memberikan pelayanan yang totalitas. Hal ini erat hubungannya dengan firman Allah SWT dalam surat Ali Imran Ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ  
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembutlah terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma’afkanlah mereka, mohonkan ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah SWT. Seungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.* (Q.S Ali Imran :159).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yaitu sebuah strategi yang rasional untuk memperoleh data yang memiliki sasaran dan kebutuhan lainnya yang kemudian didasarkan pada ciri-ciri ilmiah yang rasional, empiris, dan simetris (Sugiono, 2017 : 2). Dengan adanya metode penelitian maka peneliti dapat menyusun hasil penelitian dengan mudah dan sesuai dengan standar yang berlaku.

#### **A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan objek yang diteliti oleh penulis, maka jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah kegiatan mengamati dan berinteraksi secara langsung serta mengadakan pengamatan secara langsung untuk memperoleh informasi yang diperlukan (Sari, 2020).

Dalam penelitian lapangan atau *field research* maka kajian bersifat terbuka, tidak terstruktur, dan fleksibel karena peneliti akan memiliki peluang sendiri untuk menentukan fokus kajiannya. (Nugrahani, 2014 : 48) Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Data primer, adalah data yang diambil dari sumber pertama yaitu di lapangan. Adapun data primer yang diteliti:
  - 1) Data tentang penerapan CRM dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian Persero unit cabang Purwokerto.
  - 2) Data tentang hambatan yang dialami ketika menerapkan CRM dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian Persero unit cabang Purwokerto.

b. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari sumber kedua.

Adapun data sekunder yang diteliti yaitu:

- 1) Data tentang gambaran umum PT. Pegadaian Persero yaitu mengenai geografis, dan data produk apa saja yang terdapat di PT. Pegadaian Persero.
- 2) Data mengenai penerapan CRM dan *Service Excellence* yang meliputi pengertian, manfaat, tujuan, hambatan, fungsi, dan sebagainya.

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kualitatif, karena pendekatan penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang dilakukan dengan cara wajar dan natural yang sesuai dengan kondisi objektif dilapangan tanpa adanya manipulasi. (Mahmudah, 2018).

Sugiyono (2007 : 1) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2008 : 150).

Menurut Denzin dan Lincoln (1998:8) dalam Ahmadi (2014 : 14), penelitian kualitatif merupakan multimetode dalam fokus termasuk pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap pokok persoalannya. Penelitian kualitatif mencangkup penggunaan dan pengumpulan beragam material empris yang digunakan studi kasus, pengalaman, introspektif, kisah hidup, dan teks wawancara, observasi, sejarah, interaksional, serta teks visual yang mendeskripsikan momen rutin dan juga problematik dalam kehidupan.

Dalam penelitian kualitatif, data yang diperlukan bukan berupa angka-angka melainkan berupa suatu kejadian atau keadaan yang diperoleh dari wawancara, arsip atau dokumen yang diperoleh dari lokasi penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan penelitian yang menghubungkan antara fenomena atau kejadian dengan fakta dan teori-teori yang ada. Secara historis, penelitian kualitatif mempunyai tujuan yaitu untuk menggambarkan kemudian mengeksplorasi, dan untuk menggambarkan kemudian menjelaskan (Saleh, 2017 : 13).

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena metode penelitian kualitatif merupakan metode yang paling tepat untuk mendeskripsikan dan menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan fakta di lapangan.

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Adapun tempat dilakukannya penelitian ini adalah di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto yang beralamat di Jl. Jend. Soedirman No. 299, Kauman Lama, Purwokerto Lor, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas. Penulis memilih PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto ini karena PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto merupakan pusat dari pegadaian yang ada di Purwokerto sehingga nasabah dan transaksi yang terjadi lebih padat dari cabang yang lainnya. Selain itu, penulis memilih PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto karena PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto memiliki budaya organisasi yang diterapkan untuk memberikan pelayanan terbaiknya dengan berbagai pendekatan.

Maka dari itu penulis tertarik memilih lokasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto karena ingin mengetahui bagaimana penerapan sistem CRM dan *Service Excellence* yang ada di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sehingga dapat mempertahankan pelanggan atau nasabah yang sudah ada dan menarik nasabah baru.

Waktu penelitian ini yaitu dimulai dari tanggal 01 April – 31 Agustus 2021 pada jam kerja PT. Pegadaian (Persero) dengan narasumber yaitu Ibu Rusti dan Mba Siswati selaku pegawai PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Untuk memudahkan waktu penelitian maka peneliti mengadakan janji temu terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar lebih memudahkan dan juga memberi kenyamanan peneliti dan informan.

### **C. Subyek Dan Objek Penelitian**

Dalam sebuah penelitian ada subjek dan objek yang harus diteliti. Objek penelitian adalah sesuatu yang diteliti dalam penelitian tersebut, sedangkan subjek penelitian adalah tempat dimana terjadinya penelitian tersebut. Objek penelitian ini adalah penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Excellence*, sedangkan subjek penelitian ini adalah PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto yang meliputi:

1. Sales head di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu Ibu Rustiani.
2. Mba Siswati Deta selaku kasir di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

### **D. Data Dan Jenis Data**

#### **1. Sumber Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitiannya, dengan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber primer penelitian ini adalah melalui wawancara langsung kepada pihak pegadaian yaitu Ibu Rustiani dan Mba Siswanti Deta untuk memperoleh data langsung secara personal.

#### **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder antara lain mencakup dokumen-dokumen, buku-buku penelitian yang berwujud laporan, meliputi buku-buku atau tulisan yang berkaitan dengan skripsi ini. Selain itu juga artikel situs-situs internet, bahkan sampai dokumen-dokumen resmi yang menunjang skripsi ini.



## E. Tehnik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam skripsi ini yaitu:

### 1. Observasi

Observasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung, melihat dan mengambil suatu data atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Sudaryono, 2016 : 87) . Observasi merupakan proses yang cukup kompleks untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu sebagai berikut :

- a. Mengunjungi lokasi penelitian dan meminta izin penelitian.
- b. Mengamati dan memahami dengan seksama terhadap kegiatan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.
- c. Menulis apa yang telah diamati dan dipahami untuk kemudian ditransfer menjadi tulisan.
- d. Menyiapkan pertanyaan terkait penelitian.
- e. Menanyakan kepada salah pegawai atau staf dan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.
- f. Menyusun jawaban dari masing-masing informan.
- g. Klasifikasikan apa yang sudah kita tangkap dengan teori atau pernyataan lain dari informan yang ada sesuai dengan yang sudah ditentukan.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, peneliti mendapatkan mengenai bagaimana penerapan CRM dan *service excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

### 2. Wawancara

Wawancara yaitu proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, yang berarti pertanyaan datang dari peneliti atau pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai (Aziz, 2019). Wawancara merupakan metode yang dilakukan untuk

menggali data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dengan melakukan wawancara maka akan memperjelas pengambilan data (Subandi, 2011).

Wawancara juga merupakan tehnik yang digunakan untuk mendapatkan data sebanyak-banyaknya secara lengkap yang didapatkan dari informan (Nugrahani, 2014 : 124). Ada beberapa macam wawancara yaitu, wawancara terstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang sesuai dengan pedoman wawancara yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dan jawabannya telah disiapkan oleh informan. Sebelum melakukan wawancara terstruktur ini biasanya peneliti sudah mengetahui dengan pasti mengenai informasi yang akan diperoleh.

Dan wawancara yang tidak berstruktur merupakan wawancara yang bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara untuk pengumpulan datanya (Aziz, 2019).

Adapun yang digunakan oleh peneliti ini adalah tehnik wawancara terstruktur untuk mengumpulkan data terkait dengan penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto. Dimana peneliti telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dan informan memberikan jawaban. Dari wawancara tersebut peneliti telah mendapatkan data berupa jawaban-jawaban mengenai penerapan CRM dan *service excellence* di PT. Pegadaian (Persero) unit cabang Purwokerto yang sebelumnya peneliti sudah menyiapkan pertanyaan, kemudian peneliti mengelola data tersebut sehingga menjadi hasil dari penelitian ini.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat secara langsung sumber-sumber yang terkait. Dokumentasi juga merupakan pengambilan data yang

dilakukan melalui dokumen tertulis maupun dokumen elektronik dan digunakan untuk mendukung kelengkapan data lainnya yang berkaitan dengan fokus penelitian (Syahrin, dkk, 2012 : 124). Melalui tehnik dokumentasi maka berbagai dokumen atau arsip yang ada dapat dimanfaatkan sebagai data sekunder untuk melengkapi data-data yang telah digali melalui wawancara dengan informan atau pihak terkait dan observasi mengenai tempat aktivitas yang berkaitan dengan topik penelitian. Di dalam penelitian ini, dokumentasi didapatkan oleh peneliti dari pihak PT. Pegadaian (Persero) unit Cabang Purwokerto berupa brosur dan foto.

#### **F. Analisis Data**

Faktor terpenting dalam penelitian untuk menentukan kualitas hasil penelitian yaitu dengan analisis data. Data yang telah kita peroleh setelah melewati mekanisme pengolahan data, agar nantinya data yang terkumpul tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data dalam pola, kategori dan uraian dasar, sehingga akan dapat ditemukan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti (Nugraha, 2008). Analisis data juga merupakan proses penyelidikan yang dilakukan secara sistematis yang dikumpulkan peneliti untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai data dan memungkinkan peneliti untuk mempersentasikan apa yang telah ditemukan oleh peneliti selama melakukan penelitian (Ghony, 2012 : 246).

Dalam menganalisis data yang disajikan, penulis menganalisis data secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan pelaksanaan dalam menilai unsur-unsur yang terkait dengan *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Service Excellence* serta bagaimana penerapannya. Penulis menganalisis data dengan prosedur analisis menurut Miles & Huberman. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisa data tersebut adalah:

1. Reduksi data yaitu merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dan mencari tema dan polanya kemudian membuang beberapa hal yang tidak diperlukan. Dalam kegiatan ini peneliti telah memperoleh data yang berkaitan dengan CRM dan *service excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.
2. Pemaparan data yaitu sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Semua informasi yang telah peneliti dapatkan kemudian diuraikan dan dirangkai dengan rapi dan jelas untuk memudahkan pemahaman, dan data yang telah disusun dijabarkan untuk memperoleh hasil penelitian.
3. Penarikan kesimpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian (Gunawan, 2016 : 210-212).

#### **G. Uji Keabsahan Data**

Setelah peneliti mengumpulkan data dan memperoleh hasil sementara, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengecekan keabsahan data. Tahap ini berfungsi untuk mengecek kebenaran data yang telah peneliti peroleh agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu meliputi :

1. Memperpanjang Pengamatan atau Observasi

Dalam tahap ini peneliti mengecek kebenaran data yang telah didapatkan. Apabila data yang didapatkan dirasa tidak benar atau kurang valid, maka peneliti harus melakukan pengamatan ulang secara teliti dan lebih mendalam sampai data yang diperoleh sudah pasti kebenarannya atau dinyatakan valid.

## 2. Meningkatkan Penelitian

Meningkatkan penelitian yaitu peneliti melakukan observasi secara berkelanjutan sehingga peristiwa atau data yang diperoleh menjadi sistematis. Peneliti dapat meningkatkan ketelitian dengan melakukan perpanjangan waktu penelitian.

## 3. Triangulasi

Triangulasi merupakan tehnik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa tehnik pengumpulan data atau sumber penelitian (Sugiono, 2017 : 30). Dalam penelitian ini, cara peneliti melakukan triangulasi adalah dengan cara :

### a) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan tehnik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui lebih dari satu sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa informan yang merupakan pegawai atau staf dan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

### b) Triangulasi Tehnik

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pengujian kredibilitas dengan cara mengecek kembali data dari sumber yang sama dengan menggunakan tehnik yang berbeda yaitu memperoleh data dari wawancara dan dicek dengan observasi atau pengamatan dan dokumentasi.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian (Persero)

Lahirnya pegadaian di Negara Indonesia telah dimulai sedari zaman Hindia Belanda. Pada saat itu VOC mendirikan Bank Van Leening yang menjadi awal sejarah pegadaian pada tahun 1746. Bank Van Leening adalah lembaga keuangan yang menyediakan kredit menggunakan sistem gadai. Lembaga tersebut didirikan pertama kali di Batavia tepatnya di tanggal 20 Agustus 1746.

Namun Bank Van Leening dibubarkan ketika tahun 1811-1816 saat pemerintah Inggris merebut kekuasaan di Indonesia dari tangan Belanda. Dan saat itu juga masyarakat diberikan kesempatan untuk menjalankan usaha pegadaian sendiri dengan memperoleh lisensi dari pemerintah daerah atau dikenal dengan metode *liecentie stelsel*. Ketika melakukan penerapannya, metode tersebut menyebabkan efek yang negatif bagi masyarakat seperti adanya pemegang lisensi yang melakukan praktek rentenir dan membebani masyarakat dan dianggap tidak memberikan keuntungan kepada pemerintah yang berkuasa. Kemudian pada akhirnya, metode *liecentie stelsel* diganti menjadi metode *patch stelsel*. Metode *patch stelsel* adalah pendirian Pegadaian ditujukan kepada umum yang sanggup membayar pajak tinggi kepada pemerintah.

Metode *patch stelsel* tetap dipertahankan sampai pemerintahan Belanda berkuasa kembali. Namun, metode ini juga banyak menimbulkan dampak yang sama seperti metode sebelumnya yaitu pemegang kekuasaan banyak melakukan kegiatan yang menyimpang ketika menjalankan bisnis mereka. Kemudian pemerintah Hindia Belanda mulai menggunakan metode yang baru yaitu metode yang disebut sebagai metode *cultur stelsel*. Dalam metode ini, kegiatan pegadaian diatasi sendiri oleh pemerintah

supaya dapat memberikan perlindungan serta bermanfaat lebih besar untuk masyarakat.

Menurut hasil penelitian, di tanggal 12 Maret 1901 pemerintah Hindia Belanda melahirkan *Staatsblad* (Stbl) No. 13 yang menyatakan bahwa kegiatan Pegadaian itu termasuk monopoli yang dilakukan Pemerintah dan kemudian pada tanggal 1 April 1901 Pemerintah mendirikan Pegadaian Negara kesatu di Sukabumi (Jawa Barat). Untuk selanjutnya per tanggal 1 April dirayakan sebagai hari lahir Pegadaian.

Gedung kantor pusat jawatan Pegadaian berada di Jalan Kramat Raya 162. Kemudian pada masa pendudukan Jepang, kantor tersebut digunakan sebagai tempat tawanan perang dan kantor pusat Pegadaian jawatan dialihkan ke Jalan Kramat Raya 132. Jawatan Pegadaian menurut bahasa Jepang disebut sebagai *Sitji Eigeikyuku*, dan pimpinan jawatan Pegadaian dipegang oleh orang Jepang bernama Ohno-San dan wakilnya adalah orang pribumi yaitu M. Saubari. Kantor jawatan Pegadaian sempat dialihkan ke Karanganyar (Kebumen) yang disebabkan oleh keadaan perang yang makin memanas di masa awal pemerintahan Republik Indonesia. Agresi militer Belanda kedua menggertak kantor jawatan agar Pegadaian dialihkan lagi ke Magelang. Kemudian, setelah perang kemerdekaan kantor jawatan Pegadaian beralih lagi ke Jakarta dan Pegadaian kembali dioperasikan oleh Pemerintah Republik Indonesia.

Pegadaian telah berulang kali berganti status pada masa ini yaitu, sebagai Perusahaan Negara (PN) dimulai Januari 1961, selanjutnya berdasarkan PP.No.7/1969 berganti menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), dan berdasarkan PP.No.10//1990 (yang telah diupgrade dengan PP.No.103/2000) berganti lagi sebagai Perusahaan Umum (PERUM). Dan sampai pada tahun 2011 menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, wujud badan hukum Pegadaian beralih menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

## 2. Logo Perusahaan PT. Pegadaian (Persero)

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan



Lama



Baru

Sumber: [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)

Pada peringatan hari lahir yang ke- 112 tanggal 1 April 2013, Pegadaian mengeluarkan logo baru dengan *style* yang modern dan dinamis. Logo terbaru tersebut masih meletakkan unsur simbol lama Pegadaian yaitu timbangan. Bedanya, pada logo terbaru ini lebih memperlihatkan simbol tiga lingkaran yang saling tergabung. Logo terbaru Pegadaian mengisahkan bagaimana perjalanan Pegadaian yang merupakan suatu institusi yang dari riwayat berdirinya Pegadaian, dari awal berkembang sampai perubahan yang menjadi penyelesaian keuangan dan berdasarkan pada nilai kerjasama, transparansi dan keyakinan. Simbol tiga lingkaran yang berkaitan tersebut mengartikan tiga layanan utama yang ada di Pegadaian yaitu, Pembiayaan Gadai dan Mikro, Emas, dan Aneka Jasa. Simbol timbangan itu merepresentasikan keadilan serta kejujuran.

Warna hijau yang terdapat di logo Pegadaian hampir sama dengan logo lama, perbedaannya logo baru memakai warna hijau yang lebih bervariasi dari logo yang lama. Warna hijau menandakan keteduhan, dan tumbuh serta berkembang, merawat, dan juga mengulurkan bantuan kepada masyarakat. Kombinasi huruf kapital diawal dan huruf kecil ditampilkan pada logo baru. Pada saat ini, *tipografi* memiliki kesan lebih ringan jika dibandingkan dengan logo lama. *Tipografi* tersebut bermakna tidak angkuh, tulus, dan ramah dalam member pelayanan. Semboyan



Pegadaian yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” telah dikenal oleh masyarakat dan masih tetap diterapkan oleh Pegadaian.

3. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero)

Visi dan Misi pegadaian adalah penekanan perkembangan industri bisnis gadai di Indonesia, banyak alternatif produk pembiayaan atau penawaran kredit yang tersuguh di pasar, teknologi komunikasi yang berkembang dengan pesat serta era masyarakat yang semakin cerdas dan kritis.

- a. Visi PT. Pegadaian (Persero) adalah menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat.
- b. Misi PT. Pegadaian (Persero) yaitu:
  - 1) Memberikan manfaat dan keuntungan yang optimal bagi seluruh *stakeholder* dengan mengembangkan bisnis inti.
  - 2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan *stakeholder*.
  - 3) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah : bisnis proses yang lebih sederhana dan digital, teknologi informasi yang handal dan mutakhir, praktik manajemen risiko yang kokoh, dan sumber daya manusia yang *professional* berbudaya kinerja baik.

#### 4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

*Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto*



Secara umum struktur organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dikepalai oleh Pemimpin Cabang yang konsisten. Uraian dari Struktur Organisasi PT. Pegadaian Persero Unit Cabang Purwokerto:

##### a. Pemimpin Cabang

Pemimpin cabang memiliki kewajiban yaitu mengatur, mengorganisasikan, mengusahakan, dan membimbing kegiatan operasional administrasi juga keuangan Kantor Cabang dan Unit Pelayanan Cabang (UPC) sesuai dengan otoritasnya. Pimpinan cabang memiliki peran, yaitu:

- 1) Menetapkan bahwa kantor cabang sudah memiliki rancangan kerja dan perhitungan anggaran kantor cabang dan UPC sesuai tumpuan yang sudah ditentukan.
- 2) Memastikan dan yakin bahwasannya target bisnis (pendapatan, nasabah, dan lain-lain) yang telah ditentukan bisa terwujud dengan baik oleh semua unit kerja operasional.
- 3) Mengatur rencana, mengorganisasikan, mengusahakan, serta mengatur tentang operasional, administrasi, dan keuangan kantor cabang dan UPC.

- 4) Merencanakan, menyusun, mengatur, dan mengendalikan pengelolaan kredit dan barang jaminan yang memiliki masalah (NPL, taksiran tinggi, barang yang palsu, serta barang polisi) termasuk penyelenggaraan BSL dan AYD/KPYD.
- 5) Merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, serta mengendalikan penyelenggaraan modal kerja kantor cabang dan UPC.

b. Penaksir Cabang

Dalam fungsinya, penaksir cabang melakukan kegiatan penaksiran barang jaminan guna memutuskan kualitas dan nilai barang berdasarkan ketetapan yang diberlakukan untuk menciptakan penentuan taksiran dari uang pinjaman yang adil dan juga menciptakan kesan baik untuk perusahaan. Tugas dari penaksir tersebut yaitu:

- 1) Melakukan penaksiran pada barang jaminan guna memahami kualitas, nilai barang dan kepemilikan barang untuk memutuskan atau menetapkan golongan taksiran uang pinjaman.
- 2) Melakukan taksiran pada barang jaminan yang hendak dilelang dan guna mengetahui kualitas dari nilai ketika menetapkan harga barang yang hendak dilelang.
- 3) Mempersiapkan barang jaminan yang hendak disimpan supaya terjaga keamanannya.

c. Kasir

Peran kasir yaitu melaksanakan penerimaan, menyimpan, dan pembayaran uang sesuai ketetapan yang berlaku guna kemahiran penerapan operasional kantor cabang dan UPC. Tugas kasir adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan penerimaan dan pembayaran uang pinjaman dari nasabah sesuai ketentuan.

- 2) Menampung uang hasil penjualan barang jaminan yang dilelang.
- 3) Membayarkan uang pinjaman kredit pada nasabah.
- 4) Melaksanakan semua transaksi yang terjadi di kantor cabang dan UPC.

d. *Pengelola Agunan*

Dalam hal ini pengelola agunan mempunyai peran sebagai petugas gudang serta penyimpan barang jaminan. Tugas dari pengelola agunan yaitu melakukan menerima, menyimpan, merawat, mengeluarkan, dan memeriksa barang jaminan sesuai dengan peraturan yang berlaku di perusahaan untuk ketertiban, keamanan, dan keutuhan barang jaminan.

e. *Sales Head*

*Sales Head* mempunyai tugas yaitu:

- 1) Memonitoring dan supervisi kapasitas usaha mikro yang bisa dibiayai di area tugasnya.
- 2) Mengkoordinir data calon nasabah.
- 3) Melakukan kontrol atas informasi, kelengkapan dokumen, serta hasil peninjauan dari sales profesional.
- 4) Melaksanakan koordinasi dengan pimpinan cabang di kegiatan pemasaran dan pengumpulan.
- 5) Melaksanakan evaluasi kinerja sales profesional, *relationship officer*, dan pengumpulan nasabah untuk rangka pencapaian tujuan.
- 6) Menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan nasabah.
- 7) Menjalankan monitoring kegiatan *collection* guna mencapai tujuan atau target.

f. *Office Boy*

*Office boy* bertugas menjaga kebersihan serta kerapian kantor guna menciptakan lingkungan yang nyaman.

g. *Security*

*Security* bertugas mengamankan suatu perusahaan, melakukan pemantauan, dan memastikan keamanan perusahaan untuk mencegah kerusakan yang disengaja. Selain itu, *security* juga kerap membantu nasabah atau pelanggan yang kesulitan.

5. Produk Dan Pelayanan

a. Bisnis Gadai

1) KCA atau Kredit Cepat Aman

KCA atau Kredit Cepat Aman yaitu pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan proses dan pelayanan yang mudah, aman, dan cepat. Barang jaminan yang menjadi agunan yaitu perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop handphone, dan barang elektronik lainnya.

a) KCA Reguler

Kredit yang dialokasikan yaitu mulai dari Rp. 50.000 hingga Rp. 500.000.000, dengan sewa modal maksimal yaitu 1,15% per 15 hari beserta jangka waktu kredit maksimal 4 bulan namun bisa saja diperpanjang jika mengangsur atau mengulang gadai serta bisa dilunasi kapanpun menggunakan perhitungan bunga proporsional selama waktu pinjaman tersebut. Pinjaman ini bisa didapatkan nasabah dengan bentuk tunai maupun transfer rekening nasabah.

b) KCA Fleksi

Pada KCA Fleksi, kredit fleksibel dengan bayaran administrasi 1% dari uang pinjaman maksimal Rp. 200.000. Dengan tenggang waktu pungutan sewa modal dihitung harian dari 0,5% untuk lima hari dan tarif harian selanjutnya 0,1% perhari.

c) KCA Bisnis

Pada kredit ini, uang pinjaman dimulai dari Rp. 100.000.000 dengan tarif sewa modal dimulai dari 0,65% per

15 hari hingga dengan 0,95% disesuaikan dengan jumlah pinjaman nasabah. Nasabah akan dikenakan biaya administrasi Rp. 100.000 jika barang jaminan berupa emas perhiasan atau emas batangan.

d) KCA Prima

Pinjaman ini dialokasikan mulai dari Rp. 50.000 hingga dengan Rp. 500.000 dengan sewa modal 0%. Nasabah akan dikenai biaya administrasi dimulai dari nominal Rp. 2.000 hingga Rp. 5.000 serta tenor maksimum 60 hari.

2) Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai)

Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai) merupakan angsuran bulanan yang digunakan untuk keperluan konsumtif atau produktif dengan menggunakan jaminan emas. Krasida adalah salah satu penyelesaian yang dikreditkan bagi nasabah guna memperoleh fasilitas kredit dengan cepat, gampang, dan juga murah. Pinjaman ini dimulai dari Rp. 1.000.000 hingga dengan Rp. 250.000.000. Pinjaman krasida ini dapat mencapai 95% dari taksiran agunan. Pengembalian pinjaman ini dilaksanakan menggunakan sistem angsuran perbulan dan jangka waktu kredit yaitu 6, 12, 24, sampai 36 bulan, serta pemberian potongan untuk sewa modal dapat diberikan ketika nasabah melakukan pelunasan kredit sekaligus. Bunga dalam krasida ditetapkan sebesar 1,4% perbulan, *flat*.

3) Gadai Efek

Gadai efek yaitu kegiatan pemberian pinjaman oleh pegadaian dengan jangka waktu sampai 90 hari dengan menggunakan jaminan berupa saham atau obligasi tanpa warkat (*scriptless*) yang sudah tercantum dan sudah diperjualbelikan di BEI (Bursa Efek Indonesia). Proses pengajuan dalam gadai efek bisa dilaksanakan secara online menggunakan aplikasi pegadaian digital dan pinjaman dimulai dari Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp.

20.000.000.000. Jangka waktu yang digunakan fleksibel yaitu 6, 12, 24 hingga 36 bulan dengan biaya sewa modal (bunga) 15% per tahun atau 360 hari dan minimal 15 hari. Pencairan dapat dilakukan 1-3 hari setelah persyaratan dan jaminan diterima (Pegadaian, 17 September 2021).

b. Bisnis Kredit Mikro Fidusia

1) Kreasi (Kredit Angsuran Findusia)

Kreasi (Kredit Angsuran Findusia) yaitu kredit yang ditujukan untuk pengusaha mikro-kecil untuk pengembangan usaha dimana pembayaran pinjamannya dilaksanakan lewat angsuran perbulan dalam jangka waktu kredit yang fleksibel yaitu 6, 12, 24, sampai 36 bulan. Besar pinjaman dimulai dari Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 150.000.000 . Kredit kreasi ini dapat diperoleh dengan cara memberikan BPKB atau BPHTB sebagai jaminan dan bunga pada pinjaman ini mencapai 1% perbulan, *flat*. Dalam pencairannya, kredit ini hanya memerlukan waktu 3 hari. Kresi berasal dari transformasi produk lama pegadaian yang mulanya dikenal dengan Kredit Kelayakan Usaha Pegadaian.

a) Kreasi Ultra

Mikro pada kreasi ultra mikro pinjaman dimulai dari Rp. 1.000.000 hingga Rp. 10.000.000 dengan jangka waktu pinjaman yaitu 3, 4, 6, 12, 24, 36 bulan. Tarif sewa modalnya dikenakan mulai dari 1,12% hingga 12% sesuai dengan besarnya nominal yang dipinjam oleh nasabah dan jumlah pinjaman. Target dari produk kreasi ultra yaitu nasabah pengusaha ultra mikro yang memerlukan pinjaman dengan metode angsuran berjangka.

b) Kreasi Fleksi

Kreasi fleksi memiliki tarif sewa modal yang harus dibayarkan melalui metode pembayaran yang dibayar sekali atau dengan angsuran berkala. Untuk kreasi fleksi sistem

pembayaran sekali bayar tenor 3 bulan 5,47%, tenor 4 bulan 7,36%, dan tenor 6 bulan 11,25%. Dan untuk metode angsuran berkala maka angsur 3 bulan 3,50%, angsur 4 bulan 5,02%%, dan angsuran 6 bulan 8,58%. Produk ini menargetkan nasabah yang memiliki usaha kecil menengah.

c) Kreasi Multi Guna

Dalam kreasi multi guna uang pinjaman dimulai dari Rp. 1.000.000 hingga dengan Rp. 100.000.000 dengan jangka waktu 12, 18, 24, dan 36 bulan. Tarif sewa modal yang harus dibayar oleh nasabah yaitu 1,15% hingga 1,5% tergantung dengan besar jumlah pinjaman. Target produk kreasi multi guna yaitu karyawan tetap pegawai honorer, profesional, atau pekerja non formal lainnya.

d) Kreasi Express Loan

Kreasi express loan menyediakan pinjaman mulai dari Rp. 1.000.000 hingga Rp. 5.000.000 dan jangka waktunya 1 hingga 6 bulan. Produk pinjaman ini tidak menggunakan jaminan dan target pasarnya yaitu pemilik usaha mikro dan *startup*. Untuk jumlah sewa modalnya yaitu 1,45% *flat*/bulan hingga 2,48% *flat*/bulan sesuai dengan masa pinjaman.

2) KRESNA (Kredit Serba Guna)

KRESNA adalah produk pinjaman yang khusus untuk pegawai tetap atau karyawan *outsourcing* yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan investasi ataupun konsumtif dengan pengembalian kredit dengan cara angsuran dan dengan masa 1 tahun sampai 10 tahun jika pinjaman digunakan sebagai kebutuhan konsumtif, dan maksimal 15 tahun jika pinjaman guna investasi.



c. Bisnis Syariah

1) Rahn

Rahn merupakan sistem gadai dengan prinsip syariah yang diberikan kepada nasabah dengan semua golongan, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Dalam sistem ini pinjaman yang disediakan mulai dari Rp. 50.000 dengan biaya perawatan mulai dari 0,45% dari taksiran per 10 hari dengan waktu kredit maksimal 120 hari, dan bisa diperpanjang atau dilunasi sewaktu-waktu. Untuk memperoleh kredit ini nasabah menggunakan jaminan seperti emas, mobil, sepeda motor, laptop, serta barang elektronik lainnya.

2) Rahn Tasjily Tanah

Produk ini ditujukan pada nasabah yang mempunyai pendapatan tetap, pengusaha mikro, ataupun petani dengan menggunakan jaminan sertifikat tanah. Pinjaman yang disediakan mulai dari Rp. 1.000.000 hingga Rp. 200.000.000 dan dengan biaya administrasi Rp. 70.000 serta biaya perawatan mulai dari 0,70% per bulan. Jangka waktunya yaitu 3, 4, 6, 12, 18, 24, 36, 48, 60 bulan.

3) Arrum (Ar Rahn untuk usaha mikro/kecil)

Arrum merupakan pembiayaan syariah untuk pengusaha mikro kecil dan menengah. Pinjaman ini memakai skema angsuran dan menggunakan agunan berupa BPKB atau emas, serta bisa dilunasi kapanpun.

- a) Arrum mikro merupakan pinjaman yang menggunakan jaminan BPKB kendaraan. Dalam pinjaman ini biaya perawatan sebesar 0,7% per bulan *flat* dari harga kendaraan. masa yang digunakan yaitu 12, 18, 24, 36, dan 48 bulan.
- b) Arrum Emas yaitu pinjaman atau pembiayaan syariah yang menggunakan emas sebagai agunan. Emas dipelihara di pegadaian dengan biaya perawatan sebesar 0,95% per bulan

*flat* dari taksiran barang jaminan. Masa atau waktu pembiayaan ini yaitu 12, 18, 24, 36 bulan.

- c) Arum haji adalah pembiayaan guna mendapatkan jatah haji secara syariah yang menggunakan barang agunan berupa emas, tabungan emas atau berkas pendaftaran haji dengan proses yang mudah dan aman dengan biaya pemeliharaan sebesar 0,95%. Jaminan emas yang digunakan nantinya dapat digunakan untuk pelunasan biaya haji. Pembiayaan ini ditujukan untuk masyarakat Indonesia yang beragama Islam dengan minimal umur 12 tahun dan maksimal 65 tahun saat lunasnya pembiayaan.
- d) Arrum Safar adalah pembiayaan dengan agunan emas atau barang bernilai lainnya yang dipelihara di pegadaian. Tarif *mu'nah* atau pemeliharaannya sebesar 0,65% per bulan *flat* dari taksiran barang jaminan. Jangka waktunya mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan.

#### 4) Amanah

Amanah merupakan produk pembiayaan yang ditujukan untuk kepemilikan kendaraan bermotor baik itu baru ataupun bekas yang sesuai prinsip syariah. Pembiayaan ini diberikan pada karyawan, pengusaha UMKM, dan profesional Dokter, Bidan, serta Notaris. Masa yang diberikan untuk pembiayaan ini adalah 12, 18, 24, 36 bulan guna pembiayaan pembelian sepeda motor, dan untuk pembiayaan pembelian mobil jangka waktunya yaitu 12, 18, 24, 36, 48, dan 60 bulan dan tarif *mu'nah* sejumlah 0,9% perbulan *flat* dari harga kendaraan tersebut.

#### d. Pembiayaan Emas

##### 1) Pegadaian Mulia

Mulia atau pegadaian cicil emas merupakan layanan pembiayaan yang diberikan oleh pegadaian berupa emas batangan dengan pembayaran secara cicilan. Cicil emas bisa menjadi

alternatif pilihan investasi guna mewujudkan kebutuhan masa depan seperti dana pendidikan. Pilihan investasi ini dimulai 0,5 gram sampai dengan 1 kg emas, dan uang muka sejumlah 15% sampai dengan 50% dari nilai emas batangan. Masa angsurannya yaitu dimulai dari 3 bulan sampai dengan 36 bulan dengan pilihan brand ternama (ANTAM, Galeri 24, UBS, dan Lotus Archi).

## 2) Tabungan Emas

Produk ini menyediakan utilitas jual, beli, serta titipan emas logam mulia dengan cara retail dimulai dari 0,01 gram. Dan pembelian akan diinput kedalam rekening tabungan emas. Fisik emas bisa dicetak jika akumulasi emas yang disimpan mencapai minimal 5 gram.

## e. Bisnis Jasa Lainnya

### 1) Pegadaian Properti

Pegadaian properti ini merupakan bisnis pegadaian yang memaksimalkan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara menyewakan gedung untuk banyak keperluan seperti acara pernikahan, rapat, reuni, seminar, dan yang lainnya. Selain itu juga sewa menyewa rumah toko dan menyediakan lahan sebagai sarana aktifitas ekonomi, dan juga bisnis hotel.

### 2) Pegadaian Multi Pembayaran Online

Ini merupakan penyediaan pelayanan transaksi keuangan yang disediakan oleh pegadaian yang ditujukan kepada masyarakat untuk melakukan aktivitas pembayaran (listrik, pembelian pulsa, tiket kereta api, telepon, air, dan angsuran kendaraan).

### 3) Pegadaian Jasa Taksiran

Pegadaian jasa taksiran merupakan produk yang ditujukan oleh pegadaian kepada masyarakat yang ingin mengetahui kualitas dan taksiran harga perhiasan, emas, dan

berlian untuk keperluan investasi atau keperluan bisnis dan sebagainya.

#### 4) Pegadaian Jasa Titipan

Produk ini merupakan pemberian jasa berupa layanan yang ditujukan untuk masyarakat yang hendak mempercayakan barang-barang dan surat berharganya. Dengan adanya pelayanan ini keamanan akan terjaga dengan biaya yang kompetitif. Sarana penyimpanan berupa *strong room* atau *khazanah* ataupun *Safe Deposit Box*.

#### 5) Pegadaian KUCICA (Kiriman Uang Cara Instan, Cepat dan Aman)

Ini merupakan layanan yang berupa pengiriman dan penerimaan uang baik itu dari dalam negeri ataupun luar negeri yang berkolaborasi bersama beberapa vendor. Layanan ini dilakukan menggunakan sistem *online* di semua *outlet* pegadaian.

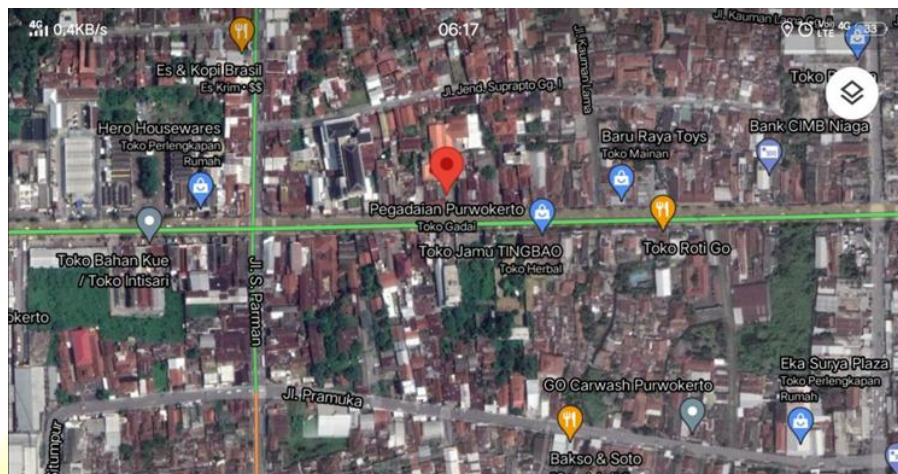
#### 6) Pegadaian G-Lab

G-Lab merupakan layanan pengecekan batu mulia yang meliputi identifikasi jenis dan variasi, perawatan batu mulia, dan juga *inclusion mapping* sebagai identitas bagi batu permata yang dituangkan dalam memo dan sertifikat. Biaya untuk layanan ini cukup terjangkau (Laporan Tahunan Pegadaian, 2019).

6. Lokasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

Jalan Jendral Soedirman No. 299, Kauman Lama, Purwokerto Lor,  
Kecamatan Purwokerto Timur.

Gambar 4. 3 Lokasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto



Sumber: *google map*

7. Jam Kerja PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

Jam kerja yang diterapkan di PT. Pegadaian (Persero) Unit  
Cabang Purwokerto yaitu :

Senin - Jum'at : 08.00 - 15.00 WIB

Sabtu : 08.00 - 12.00 WIB

**B. Hasil Penelitian**

**1. Penerapan *Customer Relationship Management* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto**

Untuk membina hubungan dengan nasabah sangatlah penting bagi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto karena untuk menciptakan loyalitas dengan nasabah dan meningkatkan pelayanan pada nasabah. PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto berusaha untuk melakukan yang terbaik untuk nasabah karena nasabah merupakan prioritas utama. Untuk menjalin relasi atau hubungan yang baik dengan nasabah maka PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto perlu pendekatan dengan nasabah.

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, semua stafnya terlibat dalam menjalin hubungan yang positif dengan para nasabah. Untuk menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan tahap proses CRM yaitu :

a. *People* (Karyawan)

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 17 April 2021, dalam dimensi ini *people* atau orang yaitu staf atau karyawan-karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Hasil observasi yang dilakukan peneliti mengenai bagaimana para staf melayani nasabah, staf di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki kemampuan yang baik, produktif, taat beribadah, berpikir positif, jujur, santun, cepat tanggap, dan bertanggungjawab. Hal tersebut juga sesuai dengan standar etika perusahaan PT. Pegadaian (Persero) nomor 40 Tahun 2017 tanggal 28 Desember 2017. Staf yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Ibu Rustiani selaku sales head dan Mba Siswanti Deta selaku kasir di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

b. Proses

Proses pengimplementasian CRM pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto akan dijabarkan berdasarkan dengan tahapan-tahapan melalui hasil wawancara dan observasi peneliti dengan staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto berikut ini:

1) Identifikasi

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada staf, proses CRM pada tahap identifikasi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menunjukkan bahwa cara staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data identitas atau profil nasabah yang meliputi nama, tempat tanggal lahir, jenis kelamin, dan profesi yaitu

melalui kartu tanda pengenal (KTP) atau kartu keluarga (KK) yang menjadi syarat utama ketika menjadi nasabah baru di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Selain identitas nasabah baru, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto juga meminta identitas yang menjadi ahli waris dari nasabah untuk mengantisipasi jika ada hal yang tidak diinginkan yang terjadi dengan nasabah seperti kecelakaan atau yang lainnya.

Dalam tahap identifikasi ini, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan kegiatan identifikasi dengan cara:

- a) Menanyakan identitas nasabah berupa nama, umur, tanggal lahir, alamat, dan nomor telepon.
- b) Menyimpan informasi identitas nasabah yang sesuai dengan KTP atau KK yang telah diberikan oleh nasabah.
- c) Mengenali pelanggan.
- d) Mengamankan identitas nasabah.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 di kantor PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, terkait bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data diri nasabah, informan mengatakan bahwa:

*“Cara yang kami gunakan untuk memperoleh data diri nasabah adalah dari KTP atau KK, karena setiap pendaftaran nasabah baru, nasabah harus menggunakan nomor induk yang terdaftar di KTP atau KK. Dan dari data yang tertera di KTP ataupun KK juga dapat memudahkan kami untuk mengetahui tanggal lahir dan mengetahui siapa ahli warisnya jika sesuatu terjadi kepada nasabah”.*

Pernyataan diatas juga disampaikan oleh informan yaitu Mba Siswanti Deta selaku kasir cabang pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 dikantor PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, yaitu:

*“Untuk mendapatkan data nasabah kami meminta fotocopy KTP atau KK ketika nasabah pertama kali pembukaan rekening pegadaian mbak”.*

Pernyataan diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lukas (2006) dalam Ahmad (2013), yang mengatakan bahwa terdapat beberapa hal yang harus perusahaan ketahui ketika menerima nasabah baru, yaitu:

- a) Firmagrafik, adalah suatu informasi mengenai pelanggan atau nasabah atau juga perusahaan yang melakukan bisnis dengan perusahaan misalnya : bidang bisnis, jumlah karyawan, kode pos, dan sebagainya.
- b) Demografi dan Psikografi, ini merupakan informasi mengenai nasabah atau pelanggan yaitu nama, tanggal lahir, umur, alamat, dan jenis kelamin.
- c) Infografi, yaitu cara bagaimana interaksi nasabah.

Maka dapat disimpulkan bahwa pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data nasabah melalui KTP atau KK yang diberikan oleh nasabah baru sebagai syarat. Hal itu dilakukan agar dapat mengetahui nomor induk kependudukan , nama, tanggal lahir, dan alamat nasabah. Nasabah bisa juga menggunakan fotocopy KK agar dapat mengetahui ahli waris dari nasabah baru agar ketika terjadi sesuatu yang terjadi kepada nasabah seperti meninggal dunia atau kecelakaan, supaya dana nasabah dapat dilimpahkan ke ahli waris yang tercantum.

## 2) Diferensiasi

Jika dilihat dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, dalam melakukan pelayanannya PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak melakukan diferensiasi kepada para nasabahnya, karena menurut PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto semua nasabah adalah parter yang harus dilayani sama rata. Nasabah telah memberikan kepercayaan



dengan melakukan kerja sama dengan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dan nasabah berhak mendapatkan pelayanan dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dengan baik tanpa adanya diferensiasi tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Rustiani pada tanggal 17 April 2021.

*“Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kami tidak membeda-bedakan nasabah mbak, dan tidak ada pengelompokan seperti itu. Disini semua nasabah kami layani sesuai standar operasional perusahaan jadi semua mendapat pelayanan yang sama”.*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021, beliau menyampaikan bahwa:

*“Kalau di sini kami melayani nasabah dengan baik dan tidak ada pengelompokan nasabah. Semua nasabah kami layani dengan sepenuh hati pastinya supaya bisa memberikan kepuasan sendiri untuk nasabah”.*

Dari hal diatas, menunjukkan bahwa pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak ada yang berbeda kepada setiap nasabah yang datang. Diferensiasi disebutkan oleh Lukas (2006) dalam Ahmad (2013) yaitu “Perusahaan dapat membuat kriteria pelanggan berdasarkan nasabah yang paling menguntungkan atau tidak menguntungkan dan perusahaan dapat membuat kriteria sesuai tempat tinggal, umur, jenis kelamin, kebutuhan, keinginan, pendapatan, dan yang lainnya”. Dalam hal ini, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak sesuai karena menurut PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto semua nasabah harus dilayani dengan sama dan tidak dibeda-bedakan agar semua nasabah merasa puas dan nyaman.

### 3) Kustomisasi

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dapat dipaparkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto pada tahap kustomisasi ini yaitu dengan memberikan pelayanan secara profesional kepada semua nasabah memakai bahasa yang dipahami oleh nasabah, bersikap jujur, dan amanah menjaga kepercayaan nasabah. Hal tersebut dilakukan agar nasabah merasa aman dan puas terhadap pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

Hal diatas juga dijabarkan oleh staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021, beliau memaparkan bahwa:

*“Disini kami melakukan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik-baiknya, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti nasabah dan memudahkan nasabah dalam proses transaksi. Kami juga jujur dan amanah dalam menjaga kepercayaan nasabah”.*

Selain itu, pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 Mba Siswanti Deta juga menyampaikan bahwa:

*“Kami semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang baik dan bersikap profesional ketika melayani nasabah kami mbak supaya nasabah merasa nyaman dan puas”.*

Dari hasil diatas maka dalam tahap kustomisasi ini PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Paper & Rogers (2004) yaitu perusahaan harus memberikan pelayanan kepada pelanggan secara individu supaya perusahaan bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan dari masing-masing pelanggan. Dalam membangun hubungan yang bersama dengan pelanggan, perusahaan sebisa mungkin mempelajari banyak hal yang dapat memuaskan pelanggannya. Menerapkan kustomisasi di Perusahaan tidak hanya menawarkan

produk kepada pelanggan, tetapi juga menjalin hubungan yang lebih kuat.

#### 4) Berbagi Informasi

Penerapan proses CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto pada tahap ini dapat dilihat berdasarkan observasi dan wawancara peneliti kepada staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Dihilangkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki cara untuk memberikan informasi seperti promosi dan produk baru kepada nasabah melalui berbagai cara yaitu menggunakan iklan baik itu di tv, media sosial melalui poster di instagram, website, atau bahkan langsung dari mulut ke mulut ketika nasabah sedang melakukan transaksi langsung di kantor Pegadaian. Staf atau *Customer Service* biasanya akan menyampaikan beberapa informasi yang perlu diketahui nasabah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 kepada Ibu Rustiani selaku staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu :

*“Untuk promosi biasanya kita melalui iklan melalui internet, social media pegadaian atau website, atau biasanya melalui marketing yang menyampaikan ke nasabah secara langsung”.*

Hal diatas juga disampaikan oleh Mba Siswanti Deta dalam wawancaranya:

*“Untuk semua aktivitas pemasaran dan promosi itu kami berpusat sama iklan di media sosial misalnya di instagram resmi sahabatpegadaian atau dibagikan di facebook. Untuk pegadaian sendiri juga kan ada website sendiri, nah di website pegadaian lebih lengkap ada produk dan sebagainya”.*

Dari hasil observasi dan wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam bertukar informasi menggunakan media internet

dan media yang disampaikan secara langsung kepada nasabahnya. Dengan informasi yang tersedia di internet maka peran layanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto akan menjadi lebih signifikan dan memiliki dampak yang besar terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut sesuai dengan teori Papper & Rogers (2004) yaitu dalam berbagi informasi, perusahaan menggunakan teknologi yang memungkinkan perusahaan untuk memberitahu pelanggan atau nasabah seperti pengenalan produk. Perusahaan menggunakan perangkat lunak seperti situs atau website untuk mengatur proses berbagi informasi.

#### 5) Keterlibatan Pelanggan

Dalam tahap ini, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, dinyatakan bahwa penerapan CRM di tahap ini keterlibatan pelanggan yaitu ketika rapat tahunan yang dilakukan oleh Pegadaian di kantor pusat. Hal itu dilakukan pegadaian untuk mendengarkan saran dari nasabah dan untuk pengembangan produk baru Pegadaian. Pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 Ibu Rustiani mengatakan bahwa:

*“Kalau untuk pengembangan produk baru nasabah terlibat juga mbak, karena ketika ada rapat dengan nasabah biasanya nasabah akan menyampaikan sarannya mbak, kalau evaluasi pasar enggak soalnya itu dari pihak kami sendiri”.*

Hal di atas juga disampaikan oleh Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu, 21 Agustus 2021:

*“Kalau partisipasi nasabah ada mbak, biasanya ketika rapat akhir tahun itu nasabah dan pihak pegadaian berkumpul istilahnya rembugan gitu nanti disampaikan ada kritik dan saran dari nasabah yang akan menjadi pertimbangan pegadaian untuk kedepannya”.*

Maka dapat disimpulkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melibatkan nasabah dalam pengembangan produk baru, tetapi tidak dalam evaluasi pasar karena dalam evaluasi pasar hanya ada pihak internal Pegadaian. Hal tersebut selaras dengan teori yang disampaikan oleh Papper & Rogers (2004) bahwa perusahaan dan nasabah saling bergantung dan bertukar informasi sehingga menimbulkan kepercayaan antara keduanya.

#### 6) Kemitraan Jangka Panjang

Dari hasil observasi serta wawancara yang sudah dilakukan peneliti di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, peneliti yang secara langsung mengikuti dan melihat bagaimana PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menciptakan kemitraan jangka panjang dengan nasabah, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memberikan pelayanan yang terbaik untuk para nasabahnya dengan cara menjalin hubungan kekeluargaan, saling percaya, dan bertanggungjawab kepada nasabah atas kepercayaan yang diberikan nasabah sehingga terikat kerjasama jangka panjang. Menjalinkan kemitraan jangka panjang dengan nasabah akan membuat nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam menciptakan kemitraan jangka panjang dengan nasabah dinyatakan dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 kepada Ibu Rustiani yaitu:

*“Untuk mempertahankan nasabah kami menjalin hubungan kekeluargaan dengan nasabah, saling percaya dan bertanggungjawab, kami memberikan pelayanan yang baik juga kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman ketika menjadi nasabah disini”.*

Selain itu, untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan nasabah, pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 Mba Siswanti Deta mengatakan bahwa :

*“Kalo untuk mempertahankan nasabah ya dengan cara kami memberikan pelayanan yang sebaik mungkin ke nasabah mbak”.*

Berkaitan dengan hal-hal diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan pendekatan secara khusus dengan nasabah yaitu menjalin silaturahmi agar tercipta hubungan kekeluargaan dengan nasabah, dan memberikan pelayanan maksimal serta bertanggungjawab, selain itu kedua belah pihak juga saling mempercayakan satu sama lain. Dalam menjalin hubungan jangka panjang, kepercayaan adalah yang paling utama. Pentingnya melakukan kemitraan jangka panjang yaitu untuk mencapai tujuan bersama dan saling memberi manfaat antara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dengan para nasabah.

#### 7) Pemecahan Masalah Bersama

Pemecahan masalah bersama dilakukan oleh perusahaan dan nasabah atau pelanggan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi perselisihan antara nasabah dan perusahaan. Sesuai observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, dalam hal ini selaku penyedia layanan jasa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan pemecahan masalah bersama secara transparan dan musyawarah agar tercipta kedamaian dan kepuasan dihati nasabah. Selain itu juga dalam memecahkan masalah bersama, kedua belah pihak dapat berbagi bertanggungjawab.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 yaitu:

*“Kalau misalkan ada masalah dengan nasabah kita akan mengatasi masalah itu bersama-sama dan memberikan solusi*

*kepada nasabah. Biasanya nasabah akan datang langsung ketika nasabah mengalami kendala dalam transaksi, jadi kami berusaha semaksimal mungkin untuk membantu dan menyelesaikan kendala itu”.*

Hal tersebut juga disampaikan oleh Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu, 21 Agustus 2021 :

*“Ya pastinya kami atasi secara kekeluargaan dan mencari jalan keluar untuk setiap masalah yang dialami nasabah mbak, karena kami kan bekerja sama ya dengan nasabah maka dari itu sebisa mungkin kami mencari solusi bersama-sama. Dan kalau misalnya ada masalah kami juga bersifat terbuka supaya nanti tidak ada kesalahpahaman dengan nasabah”.*

Maka dapat disimpulkan bahwasannya PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto bersama-sama dengan nasabah memecahkan masalah bersama dan mencari solusi atas permasalahan yang terjadi. Hal itu dilakukan agar terjalin hubungan yang baik dan menciptakan rasa kepercayaan satu sama lain.

#### c. Teknologi

Dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, teknologi yang menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah yaitu :

##### 1) Website

Website yang disediakan oleh pegadaian yaitu [pegadaian.go.id](http://pegadaian.go.id) yang bisa dilihat oleh semua nasabah dan dapat diakses menggunakan smartphone atau komputer. Dalam websitenya, Pegadaian menyediakan berbagai informasi mengenai pegadaian mulai dari visi, misi, sejarah Pegadaian, bahkan produk-produk Pegadaian. Tak hanya itu, website ini juga berisi informasi syarat-syarat menjadi nasabah di Pegadaian.

##### 2) Komputer

Komputer menjadi salah satu utama yang digunakan di Pegadaian dalam melakukan semua kegiatan di Pegadaian. Karena semua data baik itu transaksi maupun nasabah akan diinput ke dalam sistem melalui komputer.

### 3) Aplikasi Pegadaian Digital

Dengan adanya aplikasi pegadaian digital, nasabah bisa dengan mudah melihat saldo tabungan emas mereka, selain itu juga banyak fitur-fitur seperti jual beli emas, gadai, dan sebagainya yang memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa mendatangi kantor PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto karena aplikasi ini dapat diakses dimana saja melalui smartphone.

Hal diatas selaras dengan wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021, beliau mengatakan bahwa :

*“Teknologi yang menunjang transaksi yaitu kami memakai komputer, printer juga. ada website atau pegadaian digital juga. kalau di pegadaian digital nanti nasabah bisa buka tabungan, melakukan transaksi disitu dan bisa cek saldo tabungan, beli emas, jual emas, gadai dan sebagainya mbak”.*

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 :

*“Teknologi yang menunjang yaitu kami ada aplikasi pegadaian digital yang mudah diakses lewat handphone ya, terus ada website juga. Untuk yang lain kami menggunakan komputer mbak”.*

Dengan adanya teknologi diatas maka dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi sekaligus meningkatkan pelayanan yang ada di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

## **2. Penerapan *Service Excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto**

Penerapan *service excellence* yang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan



dan untuk mencapai tujuan perusahaan. Untuk bisa meningkatkan pelayanan dan mempertahankan eksistensi perusahaan, maka PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menerapkan beberapa standar pelayanan prima yang sesuai menurut teori yang dikemukakan oleh Barata (2004) yaitu :

a. Ability (Kemampuan)

Sebagaimana yang dirasakan oleh peneliti ketika melakukan observasi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, dalam berkomunikasi dengan para nasabahnya staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menggunakan bahasa yang baik dan ramah kepada setiap nasabahnya. Hal tersebut dilakukan karena PT. Pegadaian Unit (Cabang) Purwokerto selalu mengutamakan kenyamanan nasabah dan kepuasan nasabahnya. Selain itu, staf di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melayani semua nasabahnya sesuai standar perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 yaitu :

*“Kami melayani nasabah sesuai prosedur ya mbak, menanyakan apa yang bisa kami bantu untuk nasabah mbak, kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah dan membantu nasabah untuk melakukan transaksi sesuai keinginannya”.*

Sama halnya dengan yang disampaikan oleh Mbak Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 sebagai berikut :

*“Cara kami melayani nasabah itu dengan bersikap ramah ya mbak, karena kami setiap hari berhadapan langsung dengan nasabah jadi kami harus memiliki komunikasi yang baik dengan nasabah mbak”.*

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki kemampuan yang baik dalam hal komunikasi maupun pelayanan. Hal tersebut dilakukan karena PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mengutamakan pelayanan yang baik pada nasabah supaya nasabah

merasakan kepuasan dan memiliki loyalitas kepada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

b. *Attitude* (Sikap)

Dalam melakukan pelayanan tentunya perusahaan harus memiliki staf yang berperilaku sopan dan ramah terhadap nasabah atau pelanggannya. Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto semua staf memiliki sikap yang baik berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti. Sikap staf di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabahnya yaitu mendekatkan diri dengan nasabah, melayani nasabah dengan baik, dan selalu tersenyum serta menyapa para nasabahnya.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 ketika wawancara, yaitu :

*“Ketika kami memberikan pelayanan tentunya kami bersikap baik sebagai pemberi layanan kami menggunakan bahasa yang baik, sopan, dan senyum kepada nasabah mbak”.*

Selain itu, disampaikan juga oleh Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu 21 Agustus 2021 mengenai sikap staf ketika melayani nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu :

*“Kalau sikap karyawan disini tentunya sangat baik ya dalam melayani nasabah, kami selalu berusaha mendekatkan diri dengan nasabah supaya nanti nasabah juga merasa nyaman ketika kami layani mbak”.*

Dari hasil observasi dan wawancara diatas, disimpulkan bahwasannya PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki sikap yang sesuai dengan standar etik perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

c. *Appearance* (Penampilan)

Penampilan merupakan bentuk dari citra diri yang terpancar pada seseorang. Dengan penampilan yang baik maka dapat membuat kesan baik untuk perusahaan. Berdasarkan observasi yang sudah peneliti lakukan penampilan para staf di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sudah sangat baik dan sesuai dengan standar yang diberlakukan yaitu menggunakan kemeja, sepatu, dan berpenampilan rapi. Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan informan yaitu Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 :

*“Kami memakai pakaian yang rapi, sopan ya mbak karena itu juga termasuk kewajiban kami ketika melayani nasabah apalagi sebagai frontliner ya tentunya harus rapi”.*

Kemudian selain itu, mengenai penampilan staf juga disampaikan oleh Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 yaitu:

*“Penampilan kami sesuai dengan SOP ya mbak, memakai kemeja rapih, karena dengan penampilan yang rapih juga nantinya nasabah yang kita layani kan merasa nyaman melihat kita mbak”.*

Dapat disimpulkan bahwa penampilan adalah hal yang penting juga ketika melayani nasabah. Untuk mencerminkan pelayanan yang baik maka PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki standar operasional yang telah ditentukan oleh Perusahaan. Karena jika penampilan kurang baik maka akan membuat citra PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kurang baik juga dimata nasabahnya.

d. *Attention* (Perhatian)

Kepedulian merupakan hal yang harus diterapkan oleh semua staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kepada nasabahnya. Kepedulian yang dilakukan oleh staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto merupakan bentuk pelayanan prima. Berdasarkan hasil observasi peneliti, staf PT. Pegadaian

(Persero) Unit Cabang Purwokerto selalu memberikan perhatiannya kepada semua nasabah. Staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto selalu menanyakan kepada nasabah apa yang bisa dibantu dan senantiasa membantu nasabah ketika nasabah mengalami kesulitan. Hasil observasi tersebut selaras dengan pernyataan informan Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 yaitu :

*“Untuk perhatian ke nasabah kami selalu menanyakan kepada nasabah apa yang bisa kami bantu, kami juga menyediakan aplikasi pegadaian digital supaya nasabah mudah dalam bertransaksi dimanapun mbak, kemudian kami juga akan membantu ketika nasabah mengalami kesulitan. Mungkin itu salah satu perhatian yang kami berikan”.*

Sama halnya dengan yang disampaikan Mba Siswati Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 yaitu :

*“Untuk perhatian terhadap nasabah kami tentunya menyediakan berbagai fasilitas kepada nasabah melalui produk-produk kami ya mbak, kemudian mmberikan informasi kepada nasabah kalau misalnya ada produk baru, kami juga berusaha memberikan apa yang nasabah butuhkan melalui berbagai transaksi”.*

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sangat memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan informasi kepada nasabah, memberikan apa yang nasabah butuhkann, dan senantiasa memberikan bantuan kepada nasabah ketika nasabah memiliki keluhan. Hal tersebut merupakan salah satu penerapan pelayanan prima untuk meningkatkan mutu pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

e. *Action* (Tindakan)

Berdasarkan observasi peneliti, tindakan yang dilakukan oleh staf staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam meningkatkan pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan secara

maksimal kepada nasabah. Peneliti melihat secara langsung bagaimana staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memberikan pelayanan maksimal yaitu ketika nasabah baru datang, staf akan mengucapkan salam kepada nasabah kemudian menanyakan kebutuhan nasabah. Selain itu tindakan staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto adalah mendengarkan nasabah dengan baik ketika nasabah sedang menyampaikan sesuatu, bersikap lemah lembut, dan menghadapi nasabah dengan sabar. Hasil observasi tersebut selaras dengan pernyataan Ibu Rustiani pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 yaitu:

*“Tindakannya ya kami memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP mbak dan kami membantu nasabah dengan baik”.*

Selain itu, Mba Siswanti Deta juga mengatakan bahwa :

*“Karena nasabah itu kan prioritas kami ya mbak, maka dari itu tindakan kita melayani nasabah secara baik dan membantu nasabah ketika nasabah ada keluhan atau bertindak langsung menangani permintaan nasabah”.*

Disimpulkan bahwa menurut staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto bahwa nasabah adalah prioritas yang harus diperlakukan dengan baik. Maka dari itu staf PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto berusaha memberikan pelayanan maksimal dengan melakukan tindakan-tindakan yang baik dan benar guna membuat nasabah merasa diperhatikan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

f. *Accountability* (Tanggung Jawab)

Setelah peneliti melakukan observasi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, dalam melaksanakan pelayanannya PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki tanggung jawab dan melaksanakan tanggung jawabnya kepada nasabah dengan baik. Ketika melakukan kesalahan, staf akan meminta maaf kepada nasabah dengan tulus dan memperbaiki

kesalahannya. Selain itu, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto juga selalu menawarkan solusi atas masalah-masalah yang terjadi kepada nasabah.

Sesuai dengan hasil observasi, hasil wawancara yang peneliti lakukan pada hari Sabtu tanggal 17 April 2021 kepada Ibu Rustiani yaitu :

*“Untuk tanggungjawab kami pasti bertanggungjawab mbak kami juga memaksimalkan pelayanan ke nasabah dan mengutamakan kepuasan nasabah, kalau misalkan ada kesalahan dari sistem kami juga pasti bertanggungjawab memperbaiki”.*

Yang disampaikan oleh Ibu Rustiani selaras dengan pernyataan Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021 :

*“Gini ya mbak, kalau tanggungjawab kami sebisa mungkin menghindari hal-hal yang tidak diinginkan ya, kalau untuk pembiayaan kan ada barang jaminan nah kami mengasuransikan barang jaminan nasabah mbak supaya ada perlindungan gitu mbak. Untuk yang lainnya kami berkomitmen untuk menjamin keamanan produk mbak, sebisa mungkin kami mengatasi masalah yang dialami nasabah juga mbak”.*

Dapat disimpulkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto bertanggung jawab kepada nasabahnya dengan baik sehingga membuat nasabah merasa aman menjadi nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

### **3. Analisis Penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto**

Hasil penelitian diatas akan dijabarkan dengan menguraikan dari setiap kategori, berikut ini penguraian dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti.

Penerapan *customer relationship management* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu meliputi beberapa proses sebagai berikut:

a. *People* (Karyawan)

Pada dimensi ini, dilihat dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menunjukkan bahwa karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memiliki kinerja yang baik, memiliki kemampuan yang baik, produktif, taat beribadah, berfikir positif, jujur, santun, dan bertanggungjawab serta cepat tanggap. Semua hal tersebut selaras dengan observasi yang peneliti lakukan tentang bagaimana karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan pelayanan pada para nasabahnya. Ada dua staf yang menjadi informan untuk penelitian ini, yaitu:

1. Ibu Rustiani sebagai *Saled Head* PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.
2. Mba Siswanti Deta sebagai Kasir PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

b. Proses

Dalam dimensi ini ada beberapa penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yang akan diuraikan sesuai dengan yang telah ditentukan yaitu:

1) Identifikasi

Penerapan CRM pada tahap identifikasi jika dilihat dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan identitas nasabah yang meliputi nama, tanggal lahir, alamat, umur, profesi ataupun nomor telepon diperoleh melalui Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau Kartu Keluarga (KK) ketika nasabah mendaftar sebagai nasabah baru.

Selain meminta identitas nasabah, pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto juga meminta nama ahli waris dari nasabah untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang terjadi dengan nasabah misalnya meninggal dunia atau kecelakaan, sehingga ketika hal tersebut terjadi maka PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dapat menyerahkan tabungan atau uang yang dimiliki nasabah yang berada di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

Dari penerapan CRM tahap identifikasi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lukas (2006) dalam (Ahmad, 2013) mengenai hal yang harus perusahaan ketahui ketika menerima nasabah baru yaitu sebagai berikut:

- a) Firmagrafik, merupakan informasi mengenai nasabah atau perusahaan yang melakukan bisnis dengan perusahaan lainnya misalnya : bidang bisnis, kode pos, dan yang lainnya.
- b) Demografi dan Psikografi, merupakan mengenai nasabah yaitu meliputi nama, tanggal lahir, umur, alamat, dan juga jenis kelamin nasabah.
- c) Informasi, merupakan cara bagaimana interaksi nasabah dengan perusahaan.

## 2) Diferensiasi

Penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto pada tahap ini berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan menunjukkan bahwasannya pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak melakukan diferensiasi dengan nasabah karena pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menganggap semua nasabah adalah parter yang harus dilayani dengan sama rata tanpa adanya diferensiasi. Karena semua nasabah telah sama-sama memberi kepercayaan kepada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang



Purwokerto dengan melakukan kerja sama sehingga nasabah berhak mendapatkan pelayanan yang sama.

Dalam hal ini berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti juga menunjukkan bagaimana PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melayani nasabahnya dengan baik tanpa ada diferensiasi.

Hasil diatas tidak sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Lukas (2006) dalam (Ahmad, 2013) yaitu “Perusahaan dapat membuat kriteria pelanggan berdasarkan nasabah yang paling menguntungkan atau tidak menguntungkan dan perusahaan bisa membuat pengelompokan berdasarkan tempat tinggal, umur, jenis kelamin, pendapatan, dan sebagainya”.

### 3) Kustomisasi

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan, dalam dimensi ini PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melakukan tahap kustomisasi dengan memberikan pelayanan kepada nasabahnya secara profesional kepada nasabah. PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto juga menggunakan bahasa yang dimengerti nasabah, bersikap jujur, dan juga amanah dalam menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabah kepada PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Dengan adanya pelayanan yang profesional maka akan membuat nasabah merasa puas.

Dari penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam tahap kustomisasi ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Papper & Rogers (2004) yaitu bahwa perusahaan diharuskan bisa menyuguhkan pelayanan kepada pelanggan secara individu supaya perusahaan bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah sehingga membuat nasabah merasa puas.

#### 4) Berbagi Informasi

Penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto pada proses berbagi informasi dapat dilihat dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Hasil dari observasi dan wawancara menunjukkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam bertukar informasi dengan nasabahnya yaitu dengan menggunakan iklan baik di televisi, media social seperti instagram atau facebook dan website, dan juga bisa melalui mulut ke mulut ketika nasabah sedang melakukan transaksi di kantor.

Hal diatas sesuai dengan teori yang dikemukakan Papper & Rogers (2004) yaitu dalam berbagi informasi, perusahaan menggunakan teknologi yang memungkinkan perusahaan untuk memberitahu pelanggan. Perusahaan menggunakan perangkat lunak seperti situs atau website untuk mengatur proses berbagi informasi.

#### 5) Keterlibatan Pelanggan

Berdasarkan observasi dan wawancara, penerapan CRM pada tahap keterlibatan pelanggan ini menunjukkan bahwa PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melibatkan nasabah ketika rapat tahunan, dan pengembangan produk baru, namun dalam evaluasi pasar nasabah tidak berpartisipasi. Karena dalam evaluasi pasar hanya dilakukan oleh pihak internal PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto.

Hal diatas selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Papper & Rogers (2004) yaitu bahwa perusahaan dan nasabah saling bergantung dan bertukar informasi sehingga menimbulkan kepercayaan antara kedua belah pihak.

#### 6) Kemitraan Jangka Panjang

Sesuai observasi dan wawancara yang dilakukan, penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang

Purwokerto dalam tahap ini dapat dilihat bahwa ketika membangun kerja sama dengan nasabah, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto memberikan pelayanan semaksimal mungkin dengan menjalin kekeluargaan dan silaturahmi, saling percaya, dan bertanggungjawab kepada nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk menjalin kerja sama jangka panjang dengan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Dengan adanya kemitraan jangka panjang ini maka kedua belah pihak dapat mencapai tujuan bersama serta saling memberi manfaat.

#### 7) Pemecahan Masalah Bersama

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti laksanakan, penerapan CRM di tahap ini yaitu PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto bersama dengan para nasabahnya memecahkan masalah dengan cara musyawarah, kekeluargaan dan mencari solusi bersama atas masalah yang terjadi. Hal tersebut dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto agar dapat terjalin hubungan yang baik dan transparan serta dapat menciptakan rasa kepercayaan antara kedua belah pihak.

Hal diatas sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu ketika nasabah yang melakukan transaksi mengalami kesulitan, kasir PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dengan sigap membantu nasabah menyelesaikan masalah tersebut.

c. Teknologi

Pada dimensi teknologi, penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menggunakan 3 teknologi yang menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam meningkatkan pelayanan yaitu:

1) Website

Website ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai syarat menjadi nasabah, informasi mengenai produk, dan info lainnya yang berkaitan dengan Pegadaian.

2) Komputer

Komputer ini digunakan oleh pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk menginput semua yang berkaitan dengan transaksi di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto baik itu tabungan, identitas nasabah, dan transaksi-transaksi lainnya. Komputer ini merupakan hal yang paling penting karena semua data pasti diinput kedalam sistem menggunakan komputer.

3) Aplikasi Pegadaian Digital

Dalam aplikasi pegadaian digital, nasabah dapat melakukan transaksi tanpa mendatangi kantor PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto secara langsung. Aplikasi ini memiliki banyak fitur yang dapat diakses oleh nasabah melalui *smartphone* dimanapun dan kapanpun.

Kemudian penerapan *service excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto meliputi beberapa standar pelayanan yaitu:

- a. *Abbility* (Kemampuan)
- b. *Attitude* (Sikap)
- c. *Appearance* (Penampilan)
- d. *Attention* (Perhatian)
- e. *Action* (Tindakan)

f. *Accountability* (Tanggungjawab)

Kinerja karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan *service excellence* sudah maksimal dan bisa dibilang profesional. Sesuai dengan teori yang dikemukakan Barata (2004) dan dilihat dari observasi ketika ada nasabah melakukan transaksi maka kasir PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melayani nasabah dengan baik dari awal nasabah datang hingga nasabah pulang. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sangat ramah seperti ketika nasabah datang, karyawan membukakan pintu dan menanyakan apa yang bisa dibantu dan karyawan mengucapkan terima kasih ketika nasabah pulang. Selain itu, ketika nasabah kesulitan karyawan juga dengan sigap membantu nasabah. Semua karyawan juga mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan dengan menunjukkan sikap yang baik dan berpenampilan rapi serta memberikan perhatian yang maksimal kepada nasabah.

**4. Faktor Hambatan Pelaksanaan CRM dan Service Excellence di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto**

Berdasarkan observasi dan wawancara yang sudah peneliti laksanakan, hambatan yang dialami oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam pelaksanaan penerapan CRM dan *service excellence* yaitu sebagai berikut:

- a. Berasal dari internal perusahaan yaitu staf, karena di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak semua stafnya berasal dari daerah Purwokerto maka terkadang terjadi miss komunikasi dengan nasabah yang menggunakan bahasa daerah.
- b. Berasal dari eksternal perusahaan yaitu nasabah yang biasanya terlalu banyak keluhan sehingga membuat terhambatnya proses CRM dan pelayanan prima yang kurang maksimal.

- c. Dari segi teknologi atau pendukung transaksi yaitu ketika sedang melakukan pelayanan terjadi transaksi gagal atau pending karena sistem yang *trial/eror*.

Hal diatas selaras dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu Rustiani pada tanggal 17 April 2021 yaitu :

*“Hambatan yang dialami ini biasanya soal waktu ya mbak, karena kami kan dalam melaksanakan CRM ini butuh waktu apalagi kalau misalkan ada karyawan baru yang harus beradaptasi dengan lingkungan disini karena tidak semua karyawan berasal dari Purwokerto jadi ketika ada nasabah yang menggunakan bahasa Jawa ada yang tidak mengerti mbak jadi terkadang terjadi miss komunikasi dengan nasabah ya mbak, kemudian kalau sedang melaksanakan transaksi itu ada kalanya terjadi pending di sistemnya mbak kita juga sebagai frontliner harus selalu bersikap ramah ke nasabah dan terkadang ada nasabah yang ngeyel istilahnya kalau diberi tahu, jadi sebisa mungkin kita harus mengontrol emosi mbak”.*

Selain itu Mba Siswanti Deta pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus mengatakan bahwa :

*“Hambatan yang biasanya kami alami yaitu ketika sedang melayani nasabah atau sedang menginput transaksi systemnya eror atau pending karena tidak teBaca sistem mbak, kemudian terkadang ada transaksi yang melibatkan pihak ke 3 itu tidak simultan baik itu gagal atau pending mbak, terkadang ada nasabah yang tidak sabar ya jadi kami harus bisa menjelaskan ke nasabah. Ketika komunikasi dengan nasabah itu kadang menjadi kurang efektif karena biasanya kan ada nasabah yang pasif mbak, karakter nasabah kan beda-beda ya mbak jadi ada yang komunikasinya lancar ada yang tidak”.*

PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto telah melakukan CRM dan *service excellence* dengan sebaik-baiknya meskipun ada hambatan yang tidak disengaja. Kunci dari keberhasilan pelayanan perusahaan terletak pada pelanggan eksternal sehingga sebisa mungkin PT.

Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto meminimalisir adanya hambatan yang terjadi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto tidak luput dari kesalahan yang tidak disengaja baik itu kecil maupun besar. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa meskipun nantinya ada hambatan yang tidak terduga, PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua nasabahnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis oleh peneliti, maka peneliti dapat memberi kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut:

1. Penerapan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto telah dilaksanakan menggunakan beberapa dimensi yaitu dimensi *people* yang menjalankan CRM di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto adalah para staf atau karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto. Kemudian yang kedua yaitu dimensi Proses yang terdiri dari tujuh tahap yaitu identifikasi, diferensiasi, kustomisasi, berbagi informasi, keterlibatan nasabah, kemitraan jangka panjang, dan pemecahan masalah bersama. Namun ada satu tahap dalam dimensi proses penerapan CRM yang tidak diberlakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto yaitu tahap diferensiasi. Hal tersebut dikarenakan pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto menganggap bahwa semua nasabah merupakan patner yang sama-sama bekerja sama dengan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto sehingga para nasabah berhak mendapat perlakuan dan pelayanan yang sama. Yang ketiga yaitu dimensi teknologi yang menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam meningkatkan pelayanan yaitu berupa website, komputer, dan aplikasi pegadaian.

Kemudian penerapan *service excellence* di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto telah sesuai standar pelayanan dan teori yang ada yaitu karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto melaksanakan 6A yang meliputi *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), *Accountability* (Tanggungjawab).



2. Hambatan yang dialami oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika menerapkan CRM dan *service excellence* untuk meningkatkan pelayanannya yaitu berasal dari internal perusahaan (karyawan), eksternal perusahaan (nasabah), ataupun berasal dari teknologi pendukung transaksi yang *trial/eror*.

## **B. Saran**

1. Berkaitan dengan pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto, *customer relationship management* dan *service excellence* adalah hal yang penting bagi PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto guna menjalin kerja sama jangka panjang dengan nasabah agar tercapai tujuan dari kedua belah pihak. Maka dari itu untuk mencapai tujuan tersebut, kedua belah pihak diharapkan lebih memaksimalkan hubungan dengan efisien dan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto diharapkan lebih memaksimalkan pelayanan kepada nasabahnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya lebih bisa mengatur waktu agar penelitian yang dilakukan dapat mencapai hasil yang maksimal dan bisa menyertakan contoh kegiatan yang berkaitan dengan *customer relationship management* dan *service excellence*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Muchtar. "Analisis Manajemen Hubungan Pelanggan". diakses 29 Desember 2021 dari [repository.ac.id/get/simlit\\_res/1/285/Analisis-Manajemen-Hubungan-Pelanggan.pdf](https://repository.ac.id/get/simlit_res/1/285/Analisis-Manajemen-Hubungan-Pelanggan.pdf) , diakses pukul 01.56 WIB.
- Ahmadi, Ruslam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta.
- Andajani, Erna. dan Nurul Badriyah. 2017. "The Role of Customer Relationship Management in Indonesia Business". dalam *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*. Vol. 14 No. 1.
- Anwar, Khoirul. 2016. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Customer Satisfaction". *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ariningrum, Dyah Niluh. 2019. "Pengaruh Customer Relationship Management dan Service Excellence Terhadap Loyalitas Nasabah". *Skripsi*. Tulungagung; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universtas Islam Satu Tulungagung.
- Atmadjati, Arista. 2018. *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Aziz, Hafid Abdul. 2019. "Penerapan Akuntansi Pada Pembiayaan Murabahah Di KSPPS BMT Al-Hasanah Kantor Pusat Sekampung". *Skripsi*. Metro: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro.
- Bastiar, Zein. 2010. "Manajerial". Vol.8 No. 16.
- Barata, A.A. 2006. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. PT Elex Media Komputindo, . Jakarta.
- Ben, Etim Udoh, et al. 2019. "Customer Relationship Management Model: A Business Strategy in a Competitive Business Climate". dalam *International Journal of Supply Chain Management*. Vol. 8 No. 6.
- Daniswara, Raissa Abitha. 2020. "Penerapan CRM Terhadap Loyalitas Pelangan Pada PT. Milenium Pharmacon International TBK". *Kerja Praktik*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dinamika.
- Ghony, M. Djunaidi. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta
- Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. PT Bumi Aksara, Jakarta.

- Handayani, Yuliasti Ika, et al. 2021. "Service Excellence Untuk Pemilik Bisnis Kecil Di Surabaya". dalam *Jurnal Abdimas Peka*. Vol. 4 No.2.
- Indah K, Agus Tri. dan Divia Febrianti Hikmah. 2021. "Implementasi Pelayanan Prima Oleh Customer Services pada PT Indah Kiat Pulp dan Paper Tbk". dalam *Jurnal Akrab Juara*. Vol. 6 No. 4.
- Ismanto, dan Daryanto. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Juanamasta, I Gede, et al. 2019. "The Role of Customer Services Through Customer Relationship Management to Increase Customer Loyalty and Good Image". dalam *International Journal of Scientific & Technologi Research*. Vol. 8 Issue 10.
- Komunikasi. diakses melalui <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Komunikasi> pada 15 Januari 2021, pukul 21:29.
- Kurniawan, Danang. 2020. "Service Excellence Berdasarkan Perspektif Islam Di Bank Syariah", dalam *Journal Of Sharia Economic Law*, Vol. 3 No. 1.
- Maddy, Khoirul. 2014. *Hakikat Dan Pengertian Pelayanan Prima*. Ghama Digit, Jakarta.
- Mahmudah, Roisatul. 2018. "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada BMT UGT Sidogiri Capem Gadang". *Skripsi*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Munandar, Dadang. 2016. *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Ekuilibria, Yogyakarta.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Negara, Muhammad Ferisqo Satya. 2015. "Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan di Raya Futsal". *Skripsi*. Bandar Lampung: Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung.
- Nugraha, Dwimas Suryanata. 2008. "Studi Komparasi Tentang Pengaturan Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Customer*) Dalam Undang-Undang Tindak Pidana Pencucian Uang Di Indonesia Dan Malaysia". *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Hukum Universitas Negeri Surakarta.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2018. *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia*. Deepublish, Yogyakarta.

- Nurlia. 2018. "Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellence. *Meraja Jurnal*". Vol. 1 No. 2.
- Papper, Don, & Roggers. 2004. *Principles Of Managing Customer Relationships*. John & ,New Jersey.
- Pratama, Putu Agus Eka. 2020. *Customer Relationship Management*. Informatika, Bandung.
- Pratiwi, Yuni. 2019. "Implementasi Service Excellence Oleh Customer Service Pada Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kupang Jaya Surabaya". *Artikel Ilmiah*.
- Putra, Yunanda Eka, et al. 2017. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Rayat Indonesia". dalam *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, Vol. 8 No. 2.
- Rahayu, Retno Sri. 2018. "Pengaruh Service Excellence Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Interviening", *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Rahmawati, Yani Oktianur, et al. 2019. "Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha". dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Pengusaha*, Vol. 1 No. 4.
- Rahmayanti, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2017. *Customer Care Excellence*. PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Sabatini, Risma Rizqiyah. 2018. "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website Di CV RIZ Plakat Jaya". *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Saleh, Sirajuddin. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Salim. dan Syahrin. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Media
- Sari, Milya. 2020. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA". dalam *Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan*. Vol. 6 No. 1.
- Simamora, Jesika. dan Yusmalinda. 2021. "Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV Bersinar Pematangsiantar". dalam *Journal of Management Sciences*. Vol. 1 No.1.

- Subandi. 2011. “Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan”. dalam *Jurnal Harmonia*, Vol. 11 No.2.
- Sudaryono. 2016. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Kencana, Jakarta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Alfa Beta, Bandung.
- Syarat Dan Ketentuan. diakses melalui <https://digital.pegadaian.co.id/bantuan/syarat-ketentuan> pada 16 Januari 2021 pukul 23:44 WIB.
- Voon, Boo Ho. 2021. “Individual Service Excellence For Better Performance: Evidences from MUET Student”. dalam *Journal of Creative Practice in Leanguage Learning and Teaching (CPLT)*. Vol. 9 No. 2.
- Zahro, Nurul Zulfa, et al. 2018. “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan TV Kabel Di Kecamatan Tembalang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Interving”. dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7 No. 1.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Instrumen Penelitian

NO	INDIKATOR	PERTANYAAN
<i>Customer Relationship Management</i>		
1.	Identifikasi	Bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data diri nasabah?
2.	Diferensiasi	Apakah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan terdapat pengelompokan nasabah?
3.	Kustomisasi	Agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, pelayanan seperti apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?
4.	Berbagi Informasi	Cara apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan promosi penjualan, produk baru, dan yang lainnya?
5.	Keterlibatan Pelanggan	Apakah nasabah berpartisipasi juga dalam pengembangan produk baru, evaluasi pasar, dan konverensi tahunan ?
6.	Kemitraan Jangka Panjang	Apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk mempertahankan pelanggan sehingga terjalin kerjasama jangka panjang dengan nasabah?
7.	Pemecahan Masalah Bersama	Bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan anggota?
8.	Teknologi Berbasis CRM	Adakah teknologi yang digunakan untuk menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

		dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?
<i>Service Excellence</i>		
9.	Kemampuan	Bagaimana cara karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam melayani nasabah?
10.	Sikap	Bagaimana sikap karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabah?
11.	Penampilan	Agar memberi kesan yang baik terhadap nasabah, bagaimana penampilan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika melayani nasabah?
12.	Perhatian	Perhatian dan kepedulian yang seperti apa yang diberikan oleh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kepada para nasabahnya?
13.	Tindakan	Tindakan apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk melayani nasabah?
14.	Tanggungjawab	Tanggungjawab seperti apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk membuat nasabah mempercayai PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?
15.	Hambatan	Hambatan apa yang dilalui PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika menerapkan CRM dan <i>Service Excellence</i> ?

Informan I

Nama : Ibu Rustianti

Jabatan : Sales Head PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

1. Bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data diri nasabah?

*“Cara yang kami gunakan untuk mendapat data diri nasabah adalah dari KTP atau KK, karena setiap pendaftaran nasabah baru, nasabah harus menggunakan nomor induk yang terdaftar di KTP atau KK. Dan dari data yang tertera di KTP ataupun KK juga dapat memudahkan kami untuk mengetahui tanggal lahir dan mengetahui siapa ahli warisnya jika sesuatu terjadi kepada nasabah”.*

2. Apakah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan terdapat pengelompokan nasabah?

*“Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kami tidak membedakan nasabah mbak, dan tidak ada pengelompokan seperti itu. Disini semua nasabah kami layani sesuai standar operasional perusahaan jadi semua mendapat pelayanan yang sama”.*

3. Agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, pelayanan seperti apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?

*“Disini kami melakukan pelayanan kepada nasabah dengan sebaik-baiknya, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti nasabah dan memudahkan nasabah dalam proses transaksi. Kami juga jujur dan amanah dalam menjaga kepercayaan nasabah”.*

4. Cara apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan promosi penjualan, produk baru, dan yang lainnya?

*“Untuk promosi biasanya kita melalui iklan melalui internet, social media pegadaian atau website, atau biasanya melalui marketing yang menyampaikan ke nasabah secara langsung”.*



5. Apakah nasabah berpartisipasi juga dalam pengembangan produk baru, evaluasi pasar, dan konverensi tahunan ?

*“Kalau untuk pengembangan produk baru nasabah terlibat juga mbak, karena ketika ada rapat dengan nasabah biasanya nasabah akan menyampaikan sarannya mbak, kalau evaluasi pasar enggak soalnya itu dari pihak kami sendiri”.*

6. Apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk mempertahankan pelanggan sehingga terjalin kerjasama jangka panjang dengan nasabah?

*“Untuk mempertahankan nasabah kami menjalin hubungan kekeluargaan dengan nasabah, saling percaya dan bertanggungjawab, kami memberikan pelayanan yang baik juga kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman ketika menjadi nasabah disini”.*

7. Bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan nasabah?

*“Kalau misalkan ada masalah dengan nasabah kita akan mengatasi masalah itu bersama-sama dan memberikan solusi kepada nasabah. Biasanya nasabah akan datang langsung ketika nasabah mengalami kendala dalam transaksi, jadi kami berusaha semaksimal mungkin untuk membantu dan menyelesaikan kendala itu”.*

8. Adakah teknologi yang digunakan untuk menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?

*“Teknologi yang menunjang transaksi yaitu kami memakai komputer, printer juga. ada website atau pegadaian digital juga. kalau di pegadaian digital nanti nasabah bisa buka tabungan, melakukan transaksi disitu dan bisa cek saldo tabungan, beli emas, jual emas, gadai dan sebagainya mbak”.*

9. Bagaimana cara karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam melayani nasabah?

*“Kami melayani nasabah sesuai prosedur ya mbak, menanyakan apa yang bisa kami bantu untuk nasabah mbak, kami berusaha memberikan pelayanan*

*yang terbaik untuk nasabah dan membantu nasabah untuk melakukan transaksi sesuai keinginannya”.*

10. Bagaimana sikap karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabah?

*“Ketika kami memberikan pelayanan tentunya kami bersikap baik sebagai pemberi layanan kami menggunakan bahasa yang baik, sopan, dan senyum kepada nasabah mbak”.*

11. Agar memberi kesan yang baik terhadap nasabah, bagaimana penampilan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika melayani nasabah?

*“Kami memakai pakaian yang rapi, sopan ya mbak karena itu juga termasuk kewajiban kami ketika melayani nasabah apalagi sebagai frontliner ya tentunya harus rapi”.*

12. Perhatian dan kepedulian yang seperti apa yang diberikan oleh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kepada para nasabahnya?

*“Untuk perhatian ke nasabah kami selalu menanyakan kepada nasabah apa yang bisa kami bantu, kami juga menyediakan aplikasi pegadaian digital supaya nasabah mudah dalam bertransaksi dimanapun mbak, kemudian kami juga akan membantu ketika nasabah mengalami kesulitan. Mungkin itu salah satu perhatian yang kami berikan”.*

13. Tidakan apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk melayani nasabah?

*“ Tindakannya ya kami memberikan pelayanan yang sesuai dengan SOP mbak dan kami membantu nasabah dengan baik”.*

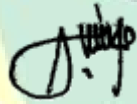
14. Tanggungjawab seperti apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk membuat nasabah mempercayai PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?

*“Untuk tanggungjawab kami pasti bertanggungjawab mbak kami juga memaksimalkan pelayanan ke nasabah dan mengutamakan kepuasan nasabah, kalau misalkan ada kesalahan dari sistem kami juga pasti bertanggungjawab memperbaiki”.*

15. Hambatan apa yang dilalui PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabah?

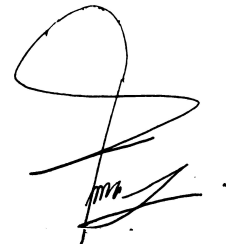
*“Hambatan yang dialami ini biasanya soal waktu ya mbak, karena kami kan dalam melaksanakan CRM ini butuh waktu apalagi kalau misalkan ada karyawan baru yang harus beradaptasi dengan lingkungan disini karena tidak semua karyawan berasal dari Purwokerto jadi ketika ada nasabah yang menggunakan bahasa Jawa ada yang tidak mengerti mbak jadi terkadang terjadi miss komunikasi dengan nasabah ya mbak, kemudian kalau sedang melaksanakan transaksi itu ada kalanya terjadi pending di sistemnya mbak kita juga sebagai frontliner harus selalu bersikap ramah ke nasabah dan terkadang ada nasabah yang ngeyel istilahnya kalau diberi tahu, jadi sebisa mungkin kita harus mengontrol emosi mbak”.*

Peneliti



Frina Dian Faturrahmah

Informan



Rustiani

## Informan II

Nama : Siswanti Deta

Jabatan : Kasir PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

1. Bagaimana cara PT.Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto mendapatkan data diri nasabah?

*“Untuk mendapatkan data nasabah kami meminta fotocopy KTP atau KK ketika nasabah pertama kali pembukaan rekening pegadaian mbak”.*

2. Apakah di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan terdapat pengelompokan nasabah?

*“Kalau di sini kami melayani nasabah dengan baik dan tidak ada pengelompokan nasabah. Semua nasabah kami layani dengan sepenuh hati pastinya supaya bisa memberikan kepuasan sendiri untuk nasabah”.*

3. Agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, pelayanan seperti apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?

*“Kami semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang baik dan bersikap profesional ketika melayani nasabah kami mbak supaya nasabah merasa nyaman dan puas”.*

4. Cara apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan promosi penjualan, produk baru, dan yang lainnya?

*“Untuk semua aktivitas pemasaran dan promosi itu kami berpusat sama iklan di media sosial misalnya di instagram resmi sahabatpegadaian atau dibagikan di facebook. Untuk pegadaian sendiri juga kan ada website sendiri, nah di website pegadaian lebih lengkap ada produk dan sebagainya”.*

5. Apakah nasabah berpartisipasi juga dalam pengembangan produk baru, evaluasi pasar, dan konverensi tahunan ?

*“Kalau partisipasi nasabah ada mbak, biasanya ketika rapat akhir tahun itu nasabah dan pihak pegadaian berkumpul istilahnya rembukan gitu nanti disampaikan ada kritik dan saran dari nasabah yang akan menjadi pertimbangan pegadaian untuk kedepannya”.*

6. Apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk mempertahankan pelanggan sehingga terjalin kerjasama jangka panjang dengan nasabah?  
*“Kalo untuk mempertahankan nasabah ya dengan cara kami memberikan pelayanan yang sebaik mungkin ke nasabah mbak”.*
7. Bagaimana cara PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan nasabah?  
*“Ya pastinya kami atasi secara kekeluargaan dan mencari jalan keluar untuk setiap masalah yang dialami nasabah mbak, karena kami kan bekerja sama ya dengan nasabah maka dari itu sebisa mungkin kami mencari solusi bersama-sama. Dan kalau misalnya ada masalah kami juga bersifat terbuka supaya nanti tidak ada kesalahpahaman dengan nasabah”.*
8. Adakah teknologi yang digunakan untuk menunjang PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam memberikan pelayanan kepada nasabah?  
*“Teknologi yang menunjang yaitu kami ada aplikasi pegadaian digital yang mudah diakses lewat handphone ya, terus ada website juga. Untuk yang lain kami menggunakan komputer mbak”.*
9. Bagaimana cara karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto dalam melayani nasabah?  
*“Cara kami melayani nasabah itu dengan bersikap ramah ya mbak, karena kami setiap hari berhadapan langsung dengan nasabah jadi kami harus memiliki komunikasi yang baik dengan nasabah mbak”.*
10. Bagaimana sikap karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabah?  
*“Kalau sikap karyawan disini tentunya sangat baik ya dalam melayani nasabah, kami selalu berusaha mendekati diri dengan nasabah supaya nanti nasabah juga merasa nyaman ketika kami layani mbak”.*
11. Agar memberi kesan yang baik terhadap nasabah, bagaimana penampilan karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika melayani nasabah?

*“Penampilan kami sesuai dengan SOP ya mbak, memakai kemeja rapih, karena dengan penampilan yang rapih juga nantinya nasabah yang kita layani kan merasa nyaman melihat kita mbak”.*

12. Perhatian dan kepedulian yang seperti apa yang diberikan oleh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto kepada para nasabahnya?

*“Untuk perhatian terhadap nasabah kami tentunya menyediakan berbagai fasilitas kepada nasabah melalui produk-produk kami ya mbak, kemudian mmberikan informasi kepada nasabah kalau misalnya ada produk baru, kami juga berusaha memberikan apa yang nasabah butuhkan melalui berbagai transaksi”.*

13. Tindakan apa yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk melayani nasabah?

*“Karena nasabah itukan priorotas kami ya mbak, maka dari itu tindakan kita melayani nasabah secara baik dan membantu nasabah ketika nasabah ada keluhan atau bertindak langsung menangani permintaan nasabah”.*

14. Tanggungjawab seperti apa yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto untuk membuat nasabah mempercayai PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto?

*“Gini ya mbak, kalau tanggungjawab kami sebisa mungkin menghindari hal-hal yang tidak diinginkan ya, kalau untuk pembiayaan kan ada barang jaminan nah kami mengasuransikan barang jaminan nasabah mbak supaya ada perlindungan gitu mbak. Untuk yang lainnya kami berkomitmen untuk menjamin keamanan produk mbak, sebisa mungkin kami mengatasi masalah yang dialami nasabah juga mbak”.*

15. Hambatan apa yang dilalui PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto ketika memberikan pelayanan kepada nasabah?

*“Hambatan yang biasanya kami alami yaitu ketika sedang melayani nasabah atau sedang menginput transaksi systemnya eror atau pending karena tidak teBaca sistem mbak, kemudian terkadang ada transaksi yang melibatkan pihak ke 3 itu tidak simultan baik itu gagal atau pending mbak, terkadang ada nasabah yang tidak sabar ya jadi kami harus bisa*

*menjelaskan ke nasabah. Ketika komunikasi dengan nasabah itu kadang menjadi kurang efektif karena biasanya kan ada nasabah yang pasif mbak, karakter nasabah kan beda-beda ya mbak jadi ada yang komunikasinya lancar ada yang tidak”.*

Peneliti

Informan



Frina Dian Faturrahmah

Siswanti Deta



Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian







**BUMN** Pegadaian ARUM

**ARRUM HAJI**  
Khayuk ibadah Hajinya nyaman dan aman jaminannya.

**INDAHNYA IBADAH HAJI YANG MENENANGKAN HATI**

- Dari membenkan jaminan emas.
- Mendapatkan porsi Haji.
- Sampai beribadah di Tanah Suci.

1500 569 Pegadaian

www.pegadaian.co.id

App Store Google Play

**Butuh dana cepat untuk usaha Anda?**

Yuk, ke Pegadaian dan kembangkan usaha Anda.

01. Halus Anda sudah mempunyai usaha yang bisa benar-benar menghasilkan keuntungan perbulan/pertahun?
02. Anda pun ke Pegadaian dan menyetor emas sebagai jaminan. Melainkan, bisa juga menggunakan usaha.
03. Syarat & Kelembutan: 01. Nombor baru identitas (KTP, KK, NPWP, dan lain-lain). 02. Bukti penghasilan (gaji, dan lain-lain). 03. Nomor rekening bank.
04. Dengan syarat, Anda pun akan melakukan verifikasi dokumen.
05. Dengan verifikasi, Anda pun akan mendapat dana pinjaman.
06. Dana pinjaman akan langsung masuk ke rekening bank Anda.
07. Dengan pinjaman, Anda pun bisa kembangkan usaha Anda.

1500 569 Pegadaian

www.pegadaian.co.id

**BUMN** Pegadaian

**SEMUA SENANG BERSAMA PEGADAIAN**

- ✓ Dari mencari modal usaha
- ✓ Meracik kopi pertama
- ✓ Sampai memiliki lima gerai kopi

**KREASI**  
Melayani pemberian pinjaman untuk usaha bagi pengusaha mikro

Pegadaian Digital

App Store Google Play

**Gadai online**

- Pengajuan pembiayaan usaha
- Pembukaan rekening & top-up Tabungan Emas
- Transaksi Tabungan Emas (transfer, jual, cetak)
- Pembayaran transaksi gadai (tebus, cicil, perpanjangan)
- Pembayaran transaksi mikro (Kreasi, Krasida, Mulia, Emasaku, dll)
- Pembayaran tagihan & pembelian (pulsa, paket data, PLN, dll)
- Info harga emas
- Simulasi transaksi gadai
- Pencarian cabang Pegadaian terdekat
- Informasi seputar produk & layanan Pegadaian

1500 569 Pegadaian

www.pegadaian.co.id

0821-3300-7773 | 0858-9995-9593

## Lampiran 3 Surat Izin Observasi Pendahuluan



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 0554/In.17/FEBLJ.PS/PP.009/II/2021 Purwokerto, 25 Februari 2021  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Persero  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul **"Penerapan *Customer Relationship Management (Crm)* Dan *Service Excellence* Berbasis Aplikasi Di PT. Pegadaian Persero Unit Cabang Purwokerto"**. Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Frina Dian Faturrahmah
2. NIM : 1717202070
3. Semester / Program Studi : VII / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2020 / 2021
5. Alamat : Karangjati RT 02 RW 04 Kec. Sampang, Kab. Cilacap

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Pendekatan Terhadap Nasabah dan Pelayanan Prima Melalui Aplikasi Pegadaian Digital
2. Tempat/ Lokasi : Pegadaian Syariah Unit Cabang Purwokerto
3. Waktu Observasi : 01 Maret s/d 30 April 2021

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ketua Jurusan Perbankan Syariah  
  
**Dr. Shorwa Shafrani, S.P., M.S.i**  
NIP. 19781231 200801 2 027

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip

## Lampiran 4 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 19 Mei 2021

Kepada:  
Yth. Dekan FEBI  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Frina Dian Faturrahmah
2. NIM : 1717202070
3. Semester : VIII
4. Prodi : Perbankan Syariah
5. Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

“Penerapan *Customer Relationship Management (CRM) Dan Service Excellent Berbasis Aplikasi Di PT Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto*”

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Drs. Atabik, M.Ag.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alikum Wr. Wb.*

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Drs. Atabik, M.Ag.  
NIP.19651205 199303 1 004

Hormat Saya,

Frina Dian Faturrahmah  
NIM. 1717202070

Menyetujui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Nurwa Shafrani, S.P., M.Si  
NIP. 19781231 200801 2 027

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

## Lampiran 5 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 0339/In.17/FEBIJ.PS/PP.009/II/2021 Purwokerto, 08 Februari 2021  
Lampiran : 1 lembar  
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:  
Yth. Drs. Atabik, M.Ag.  
Dosen Tetap IAIN Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 29 Januari 2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 05 Desember 2020 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Frina Dian Faturrahmah  
NIM : 1717202070  
Semester : VII  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Dan *Service Excellence* Berbasis Aplikasi Di PT. Pegadaian Persero Unit Cabang Purwokerto.

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Kampus Purwokerto  
Yogyakarta

**Yon. Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027

## Lampiran 6 Surat Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

### **SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 0339/In.17/FEBIJ.PS/PP.009/II/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Frina Dian Faturrahmah

NIM : 1717202070

Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management (CRM) Dan Service Excellence* Berbasis Aplikasi Di PT. Pegadaian Persero Unit Cabang Purwokerto.

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia \*) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 08 Februari 2021

**Drs. Atabik, M.A.**

NIP.19651205 199303 1 004

Catatan: \*Coret yang tidak perlu

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Frina Dian Faturrahmah  
 NIM : 1717202070  
 Prodi/semester : Perbankan Syariah B/10  
 Dosen Pembimbing : Dr. Atabik, M.Ag.  
 Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* Dalam Meningkatkan Pelayanan Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Februari	Selasa, 09 Februari 2021	1. Tata tulis 2. Sumber rujukan 3. Rumusan masalah (dibalik) 4. Manfaat penelitian (dibagi menjadi 2 yaitu: teoritis dan praktis. 5. Penomoran halaman		
2	Februari	Selasa, 16 Februari 2021	1. Spasi pada penulisan daftar pustaka		
3	Maret	Jum'at, 05 Maret 2021	1. Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, studi dokumentasi, atau dokumentasi pada metode penelitian. 2. Waktu penelitian beserta alasan memilih lokasi penelitian.		



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-636624, 628250, Fax : 0281-636653, www.iainpurwokerto.ac.id

4	Mei	Jum'at, 07 Mei 2021	1. Acc untuk seminar proposal		
5	Juni	Jum'at, 11 Juni 2021	1. Menginformasikan lulus seminar proposal 2. Mengirim berita acara seminar proposal		
6	Januari	Senin, 03 Januari 2022	1. Bimbingan bab 1-3 melanjutkan sampai bab 5		
7	Februari	Rabu, 02 Februari 2022	1. Letak halaman diperbaiki 2. Kata berbahasa asing diketik miring 3. Ditambah landasan teologis 4. Ditambah analisis di bab 4 5. Kesimpulan diperbaiki		
8	Februari	Senin, 14 Februari 2022	1. Acc untuk munaqosyah		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan,  
 \*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 15 Februari 2022  
 Pembimbing,





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-639624, 628250, Fax : 0281-639653, [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id)

**Dr. Atabik, M. Ag.**  
NIP. 19651205 199303 1 004

## Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iaipurwokerto.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 1342/In.17/FEBI.J.PS/PP.009/VI/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Frina Dian Faturrahmah  
NIM : 1717202070  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing : Dr. Atabik, M.Ag  
Judul : Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dan Service Excellence Berbasis Aplikasi Di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto

Pada tanggal 11/06/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS,  
dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.  
Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 14 Juni 2021  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027

Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iaipurwokerto.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 2140/In.17/FEBIJ.PS/PP.009/IX/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Frina Dian Faturrahmah

NIM : 1717202070

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 06/09/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **81 / A-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal **9 September 2021**  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



**Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027

## Lampiran 10 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

### SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TRIE PETNO KUSUMAHINGRUM

NIP : P.79951

Jabatan : Kepala Unit Pelayanan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang  
Purwokerto

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Frina Dian Faturrahmah

NIM : 1717202070

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto pada tanggal 01 April – 31 Agustus 2021 untuk memperoleh data guna menyusun tugas akhir (skripsi) dengan judul “Penerapan *Customer Relationship Management* dan *Service Excellence* Dalam Meningkatkan Pelayanan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 17 Februari 2022

Kepala Unit Pelayanan PT. Pegadaian (Persero) Unit Cabang Purwokerto



( TRIE PETNO. K )

## Lampiran 11 Hasil Cek Plagiarisme

SKRIPSI REVISI 2_FRINA DF 02			
ORIGINALITY REPORT			
<b>21</b> %	<b>20</b> %	<b>3</b> %	<b>10</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>pegadaian.co.id</b> Internet Source		<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>repositori.unsil.ac.id</b> Internet Source		<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source		<b>2</b> %
<b>4</b>	<b>cdn.repository.uisi.ac.id</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>Submitted to Sriwijaya University</b> Student Paper		<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>repository.upnjatim.ac.id</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>digilib.uinsby.ac.id</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>repository.stiedewantara.ac.id</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>9</b>	<b>repository.umsu.ac.id</b> Internet Source		<b>1</b> %

## Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

  
IAIN PURWOKERTO  
وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو  
الوحدة لتنمية اللغة  
عنوان: شارع جنرال أحمد ياني رقم: ٤٠ بوروكرتو ٥٢١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٢٤٤٤  
www.iainpurwokerto.ac.id

### إشادة

الرقم: ان.١٧/UPT.Bhs./PP.٠٠٩/٣٤٢٧/٢٠٢١

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن :

الاسم : فرينا ديان فتح الرحمة

رقم القيد : ١٧١٧٢٠٢٠٧٠

القسم : PSY

قد استحققت على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع مهاراتها على  
المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة  
 لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

النتيجة : ٧٩ (جيد جدا)



بوروكرتو، ٥ أغسطس  
رئيس الوحدة لتنمية اللغة

الحاج أحمد سعيد، الماجستير  
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١



ValidationCode

Lampiran 13 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



## CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/3427/2021

This is to certify that :

Name : **FRINA DIAN FATURRAHMAH**  
Student Number : **1717202070**  
Study Program : **PSY**

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:



SCORE : **74** GRADE: **GOOD**




ValidationCode

Purwokerto, August 5th, 2021  
Head of Language Development Unit,



**H. A. Sangid, B.Ed., M.A.**  
NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 14 Sertifikat BTA PPI



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

---

# SERTIFIKAT

Nomor: B-206/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/VIII/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:


## FRINA DIAN FATURRAHMAH

1717202070

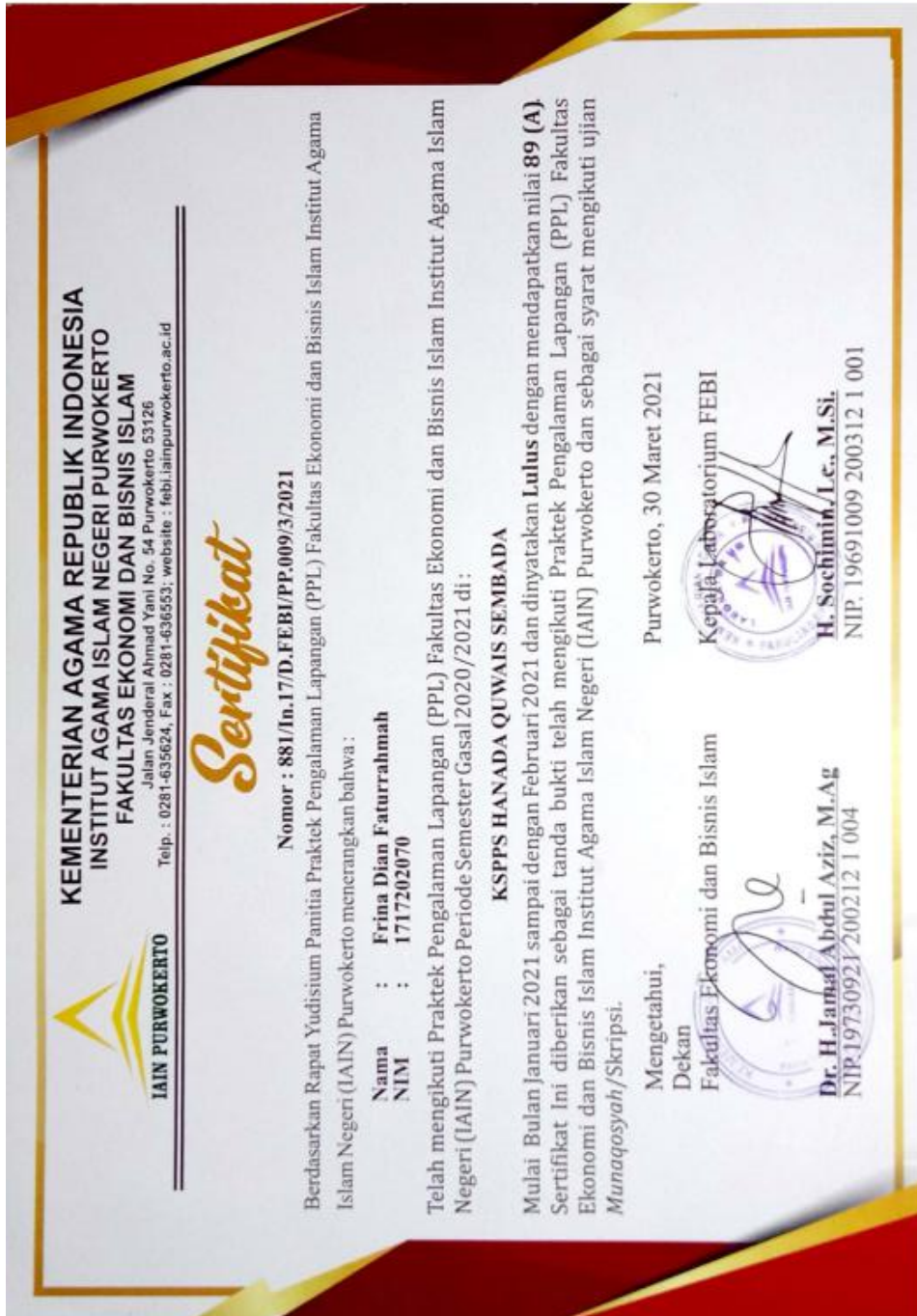
Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	71
2. Tarrif	70
3. Tahfidz	70
4. Imla'	74
5. Praktek	70

NO. SERI: MAJ-02-2018-194


Purwokerto, 9 Agustus 2018  
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  
  
Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I  
NIP. 19570521 198503 1 002





# SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: J. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-636624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



**IAIN PURWOKERTO**

---


No. IN. 17/UPT-TIPD.3026/II/2022

Diberikan Kepada:

**FRINA DIAN FATURRAHMAH**  
NIM: 1717202070

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 16 November 1999

Purwokerto, 17 Februari 2022  
Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003


**SKALA PENILAIAN**


SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	100 / A
Microsoft Excel	100 / A
Microsoft Power Point	89 / A

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.







## Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

Nama : Frina Dian Faturrahmah  
NIM : 1717202070  
Tempat, tanggal lahir : Cilacap, 16 November 1999  
Alamat : Karangjati RT. 02 RW. 04 Kec. Sampang,  
Kab. Cilacap  
Nama Ayah : Sahudin  
Nama Ibu : Siti Rahmawati  
Jumlah Saudara Kandung : 1 (Satu)  
No. Hp : 088215785055  
Email : frinadian@gmail.com

#### B. Riwayat Pendidikan

SD MI : SD Negeri 03 Karangjati  
(Tahun Lulus 2011)  
SMP/MTs : MTs Al-Mukarromah Sampang  
(Tahun Lulus 2014)  
SMA/MA : SMK Negeri Kebasen  
(Tahun Lulus 2017)  
PERGURUAN TINGGI : UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto  
(Tahun Masuk 2017)

#### C. Pengalaman Organisasi

1. PMR Wira SMK Negeri Kebasen
2. Komunitas Marketing Perbankan Syariah