



**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PELAYANAN UNTUK PENINGKATAN  
JUMLAH NASABAH (STUDY KASUS PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
CABANG SIBOLGA)**

---

**Yenni Sofiana Tambunan**  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah Sibolga**  
**(Naskah diterima: 1 Maret 2019, disetujui: 20 April 2019)**

*Abstract*

*This study is entitled "Implementation of Service Policies for Increased the Number of Customers. The purpose of this study was to determined the effect of service policy implementation on increasing the number of customers at PT. The analytical method used is the analysis method of the correlation test, determination test, simple linear regression analysis and statistical T test. Correlation test results indicate that there is a positive relationship between service policed with an increase in the number of customers by 0.869 so that when interpreted in the value scale it can be categorized as high with the linear regression equation  $Y = 8.067 + 0.838 X$ . Hypothesis test results partically indicated that service policy is influential positively and significantly to the increasing number of customers at PT. Pegadaian (Persero) Sibolga Branch with proven t count  $8.408 > t$  table of 2.06866. The amount of influence of policy implementation on increasing the number of customers at PT. Pegadaian (Persero) Sibolga Branch is 75.5% while 25.5% is influenced by other factors not addressed in this study.*

**Keywords:** Service Policy, Customer Amount.

**Abstrak**

Penelitian ini berjudul "Implementasi Kebijakan Layanan untuk Menciptakan Jumlah Pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh implementasi kebijakan layanan terhadap peningkatan jumlah pelanggan di PT. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis uji korelasi, uji determinasi, analisis regresi linier sederhana, dan uji statistik T. hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kebijakan layanan dengan peningkatan jumlah pelanggan sebesar 0,869 sehingga ketika diartikan dalam skala nilai maka dapat dikategorikan tinggi dengan persamaan regresi linier  $Y = 8,067 + 0,838 X$ . Uji hipotesis hasil secara khusus menunjukkan bahwa kebijakan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga dengan t hitung terbukti  $8,408 > t$  tabel 2,06866. Besarnya pengaruh implementasi kebijakan terhadap peningkatan jumlah pelanggan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga adalah 75,5% sedangkan 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. **Kata kunci:** Kebijakan Layanan, Jumlah Pelanggan.

## I. PENDAHULUAN

**S**ejak dilanda krisis moneter pada tahun 1997 perkembangan dunia perbankan sangat tidak menggembarakan sampai saat ini. Diperkirakan untuk pulih kembali membutuhkan waktu yang cukup lama. Ambruknya bisnis perbankan akibat dari kebijakan pemerintah maupun kesalahan dari pihak manajemen perbankan sendiri tidak hanya merugikan dunia perbankan sendiri. Akan tetapi dampak yang terjadi adalah matinya kehidupan disektor riil akibat kekurangan suplay dana dari dunia perbankan. Oleh karena itu untuk mencegah atau paling tidak dapat memberikan nafas kehidupan pada sektor riil sambil menunggu pulihnya dunia perbankan maka perlu dicarikan alternatif pembiayaan lainnya.

Alternatif pembiayaan lainnya dapat dilakukan melalui lembaga keuangan (lembaga pembiayaan) lainnya. Saat ini terdapat berbagai jenis lembaga pembiayaan yang ada di Indonesia, mulai dari kelas tradisional sampai dengan kelas modern, dan diantara salah satunya adalah PT. Pegadaian (Persero).

PT. Pegadaian (Persero) adalah salah satu lembaga keuangan non bank yang kegiatan utamanya menyediakan dana

(pembiayaan) bagi masyarakat luas, untuk tujuan konsumsi, produksi, maupun berbagai tujuan lainnya. Pegadaian termasuk dalam kategori lembaga keuangan karena transaksi pembiayaan yang diberikan oleh Pegadaian mirip dengan pinjaman kredit melalui bank, namun diatur secara terpisah atas dasar hukum gadai dan bukan dengan peraturan mengenai simpan pinjam biasa. Baik Bank maupun Pegadaian memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan membebankan suatu kontra prestasi atas penyerahan uang atau balas jasa atas pinjaman yang diperolehnya dalam bentuk bunga atau sewa modal.

PT. Pegadaian (Persero) membuat suatu kebijakannya mengutamakan kepentingan masyarakat kecil yang dapat melayani bagi masyarakat yang membutuhkan pinjaman uang tunai. Pegadaian tidak pernah melihat kemana dan dimana dipergunakan hasil dari pinjaman yang dikeluarkannya, karena pinjaman yang dilakukan dengan menggunakan barang jaminan. Kebijakan dalam hal pelayanan ini dimaksud salah satu dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

Kebijakan pelayanan PT. Pegadaian (Persero) yang bertujuan untuk membantu masyarakat kecil dari kesewenang-wenangan para pelepas uang (ijon) yang menggunakan

sistem bunga tinggi belum dilaksanakan secara efektif. Salah satunya ditandai masih adanya terdengar uneg-uneg tentang slogan pegadaian “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*”, yang sebagian nasabah merasa kurang cocok dengan slogan tersebut, sebab masalah sebenarnya hanya teratasi sementara kemudian timbul masalah yang lebih besar lagi ketika barang yang digadaikan akan ditebus, karena beban bunga kepada penggadaai bertambah setiap 15 hari, dan ini sangat memberatkan sebab penggadaai mengambil pinjaman bukan untuk mendirikan usaha melainkan untuk sebuah kebutuhan yang mendesak, sedangkan barang yang ditaksir terlalu rendah, sehingga jika tidak dapat ditebus dalam jangka waktu 4 (empat) bulan berarti penggadaai akan rugi sebab pinjaman yang diberikan sangat tidak sebanding dengan nilai barang yang sebenarnya.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Persaingan yang ada tidak hanya dari segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal layanan. Memperhatikan layanan yang semakin menonjol maka tidaklah heran apabila masalah layanan mendapat perhatian besar yang seringkali dibicarakan, baik oleh

masyarakat maupun manajemen itu sendiri baik secara khusus maupun dalam kaitannya dengan kegiatan perusahaan.

Hal ini memberikan dampak yang besar bagi keberlangsungan usaha perusahaan. Apabila nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan maka akan berdampak pada tingginya tingkat penjualan dan tingkat pertumbuhan nasabah. Sebaliknya, apabila konsumen tidak merasa puas maka akan berdampak pada turunnya tingkat penjualan dan bahkan nasabah dapat beralih menggu-nakan layanan perusahaan pesaing. Sebab dengan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada nasabah dan kepuasan akan menumbuhkan sikap loyal terhadap perusahaan. Pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada berbagai aspek yaitu bagaimana manajemen pola penyelenggaranya, dukungan sumber daya manusia, fasilitas dan kelebagaannya. Untuk itu faktor pelayanan harus mendapatkan perhatian dari perusahaan. Kebijakan pelayanan harus benar-benar di implementasikan secara proporsional.

## **II. KAJIAN TEORI**

Mazmanian dan Sabatier dalam Wahab (2001:68) mengatakan Implementasi kebijakan adalah pelaksana keputusan kebijakan

dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang. Namun dapat pula berbentuk perin-tah-perintah atau keputusan eksekutif yang penting atau badan peradilan lainnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai dengan berbagai cara untuk menstruktur atau mengatur proses implementasinya. Konsep implementasi kebijakan mengarah pada suatu kegiatan yang dinamis dan bertanggung jawab dalam melaksanakan program serta menetapkan tujuan dari kebijakan tersebut sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan atau sasaran kebijakan itu sendiri.

Menurut Aderson dalam Fadillah Putra (2003:82) implementasi kebijakan dapat dilihat dari empat aspek yaitu sebagai berikut:

- a. *Who is involved in policy implementation*, yang berarti siapa yang mengimplementasikan
- b. *The nature of the administrative process*, yang berarti hakekat dari proses administrasi
- c. *Compliance with policy content*, yang berarti kepatuhan pada kebijakan.

- d. *Impact*, yang berarti efek dan dampak dari implementasi kebijakan.

Dalam implementasi kebijakan terdapat berbagai hambatan-hambatan yang diungkapkan oleh Gow dan Morss dalam Pasolong (2007:59), yaitu:

- a. Hambatan politik, ekonomi dan lingkungan
- b. Kelemahan institusi
- c. Ketidakmampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dibidang teknis dan administratif.
- d. Kekurangan dalam bantuan teknis
- e. Kurangnya desentralisasi dan partisipasi
- f. Pengaturan waktu (timing)
- g. Sistem informasi kurang mendukung
- h. Perbedaan agenda tujuan dan actor

Sedangkan keberhasilan dan kegagalan implementasi kebijakan menurut Weimer dan Vining dalam Pasolong (2007:59), ada tiga faktor umum yang mempengaruhi keberhasilan yakni sebagai berikut:

- a. Logika yang digunakan oleh suatu kebijakan, maksudnya sampai seberapa benar teori yang menjadi landasan kebijakan atau seberapa jauh hubungan logis antara kegiatan yang dilakukan dengan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan.
- b. Hakekat kerjasama yang dibutuhkan, artinya apakah semua pihak yang terlibat

dalam kerjasama telah merupakan suatu assembling produktif.

- c. Ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, komitmen untuk mengelola pelaksanaannya.

Jika suatu kebijakan tidak tepat atau tidak mengurangi masalah yang merupakan sasaran kebijakan, maka kebijakan itu mungkin akan mengalami kegagalan sekalipun kebijakan yang cemerlang mungkin juga akan mengalami kegagalan jika kebijakan tersebut kurang diimplementasikan dengan baik oleh para pelaksana kebijakan.

Pelayanan jasa pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan sikap nasabah sebagai pengguna jasa. Guna menciptakan sikap positif pelanggan perusahaan bisa menggunakan *service excellence* atau pelayanan unggul. Menurut Eithammy yang dikutip Fandy Tjiptono (2000:51), Pelayanan adalah “Suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan”.

Menurut Fandy Tjiptono (2002:59), yang dimaksud dengan pelayanan adalah “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Menurut Alma (2004:293), kualitas jasa adalah “Tingkat kemampuan suatu jasa

dengan segala atributnya yang secara riil disajikan sesuai dengan harapan konsumen”.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005:119) “Keunggulan layanan dibentuk melalui pengintegrasian empat pilar yang saling berkaitan erat yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan”. Jadi, kualitas layanan adalah nilai yang diberikan terhadap pelayanan yang sudah diberikan kepada orang lain.

Dalam studi SERVQUAL oleh Parasuraman, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi sebagai berikut (Lupiyoadi, 2001:148):

- a. Tangibility, Yaitu bukti fisik atau kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Reliability Atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Responsiveness Atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Assurance Atau jaminan dan kepastian. Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan

kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

- e. Empathy Yaitu perhatian yang tulus dan bersifat individual atau personal, yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Dengan kata lain, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap nasabah. “Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal” (Kalihutu.2008: 54).

Menurut Kasmir (2004:3), ciri-ciri yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen antara lain:

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung kepada konsumen.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik dapat menunjang kelancaran penjualan barang dan jasa kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu.
- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen mulai dari awal sampai selesai.

Dalam hal ini karyawan melayani konsumen sampai tuntas.

- e. Mampu melayani secara cepat dan tepat waktu.
- f. Mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan konsumen.
- g. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik terhadap produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen sehingga konsumen merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.

Keberhasilan untuk mengembangkan dan melaksanakan pelayanan, tidak terlepas dari kemampuan dalam memilih konsep pendekatannya. Sikap yang dikembangkan oleh Atep Brata (2003:31), bahwa pelayanan berdasarkan pada konsep 6A, yaitu:

1) Ability (Kemampuan)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditentukan, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan hubungan masyarakat

sebagai instrumen untuk membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

2) Attitude (sikap)

Sikap adalah perilaku yang harus dilakukan ketika menghadapi konsumen atau pelanggan.

3) Appearance (penampilan)

Penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik, harus mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

4) Attention (perhatian)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap konsumen atau pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan konsumen maupun pemahaman atas saran dan kritiknya.

5) Action (tindakan)

Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

6) Accountability (tanggung jawab)

Tanggung jawab adalah suatu sikap keberpihakan kepada konsumen sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan, meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan terhadap penilaian konsumen.

Menurut Moenir (2004:190) Pelayanan dapat dilakukan oleh siapapun bentuknya tidak lepas dari tiga macam, yaitu:

1) Layanan Lisan.

Layanan ini dapat dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang bertugas memberikan penjelasan atau keterangan pada siapapun yang memerlukan.

2) Layanan melalui tulisan

Layanan tulisan terdiri dari dua golongan, yaitu layanan berupa petunjuk, informasi dan yang sejenis yang ditujukan pada orang-orang yang berkepentingan dan layanan berupa reaksi tertulis atas permohonan, laporan, keluhan, pemberitahuan dan lain sebagainya.

3) Layanan dengan perbuatan

Umumnya dengan layanan berbentuk perbuatan umumnya dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah. Hal ini karena faktor keahlian dan keterampilan petugas sangat menentukan terhadap keberhasilan perbuatan atau pekerjaan. Dalam sehari-hari layanan ini memang tidak terlepas dari layanan lisan.

Menurut Davis (2002:131), indikator-indikator yang dapat dijadikan dalam

mempengaruhi kebijakan pelayanan antara lain:

1. Mutu jasa/produk
2. Sumber Daya Manusia (SDM)
3. Sarana dan prasarana
4. Citra organisasi
5. Jasa yang disajikan oleh perusahaan

Menurut Kasmir (2000:230) menyatakan bahwa “Nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat CS itu sendiri”.

Menurut Kasmir (2004:206), sifat-sifat nasabah, antara lain:

- a. Nasabah adalah raja.
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- d. Nasabah mau diperhatikan.
- e. Nasabah merupakan sumber pendapatan.

Menurut Alma (2009:86), adapun sifat-sifat konsumen/nasabah, yaitu:

- a. Ingin mengetahui keadaan atau ciri-ciri barang yang akan dibeli atau dikonsumsi.

- b. Menginginkan barang yang baik dan berkualitas.

- c. Menginginkan barang yang murah harganya.

- d. Menginginkan kejujuran dalam bertransaksi atau jual-beli.

### **III. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga yaitu nasabah penggadaian barang dan nasabah yang mengambil barang jaminan. Dimana jumlah ini adalah hasil observasi yang dilakukan penulis dengan memperhatikan rata-rata nasabah yang menggadaikan dan mengambil barang jaminan, yaitu 25 (dua puluh lima) orang perharinya, maka penulis mengakumulasikan jumlah nasabah yang menjadi populasi, yaitu 5 hari x 25 orang/hari = 125 orang

Mengingat jumlah populasi lebih besar dari 100 yaitu 125 orang, maka penulis mengambil sampel 20% dari jumlah populasi, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 25 orang nasabah. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan pengundian calon sampel secara acak, nama calon sampel yang terpilih akan dijadikan responden.



## Uji Coba Instrumen Data

Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang di pakai mengumpulkan data penelitian tidak *reliability* (tingkat andal) dan *validity* (tingkat absah) yang tinggi, maka untuk itu dilakukan Uji Reabilitas dan Uji Validitas data.

### 1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi data yang berbentuk lonceng yang simetris adalah data yang baik yang mempunyai pola distribusi normal yang distribusi datanya tidak menceng ke kiri maupun ke kanan. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal plot. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika angka signifikan  $> 0,05$ , maka data mempunyai distribusi normal.
- b. Jika angka signifikan  $< 0,05$ , maka data tidak mempunyai distribusi normal.

### 2. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan

untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. (Situmorang dan Lufti, 2012:75). Lebih lanjut Situmorang dan Lufti (2012:76) menyatakan validitas menunjukkan “sejauh mana suatu alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang ingin diukur”. Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Masing-masing item (skor butir) dilihat korelasinya bahwa validitas data sah mempunyai validitas tinggi. “Skor butir yang valid apabila korelasinya  $\geq 0,3$  maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid atau memiliki konstruk yang baik”. (Azwar, 2007:36).

### 3. Uji Reabilitas

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Menurut Situmorang dan Lufthi (2012:79) reliabilitas adalah “indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengukuran reabilitas dengan cara *Internal Consistency Realibility* yang berisi tentang sejauhmana item-item instrumen bersifat homogen dan mencerminkan cunstruct yang sama sesuai dengan yang melandasinya. Suatu konstruk atau variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,8 reabilitas sangat baik, tinggi / meyakinkan 0,7 < Cronbach Alpha > 0,8 reabilitas baik dan Cronbach Alpha < 0,7 kurang meyakinkan (Situmorang dan Lufthi, 2012:82).

**Uji Analisis Data**

Sedangkan uji analisis data yang digunakan adalah:

**1. Uji Korelasi**

Untuk menganalisis data agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, menurut Suharsimi Arikunto (2004:275) data tersebut perlu diuji dan dianalisis dengan menggunakan rumus statistik *Korelasi Product Moment* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r: Koefisien korelasi,

n: Jumlah sampel,

x: Variabel bebas,

y: Variabel terikat

Besar kecilnya koefisien Korelasi itu terletak antara +1 dan -1. Jika hasil perhitungan positif berarti korelasi variabel yang satu dengan yang lainnya kuat.

**2. Uji Regresi Linier Sederhana**

Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y, digunakan syarat regresi linear dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana, Y: Variabel terikat, X :

Variabel bebas, a: Intersep, b: Koefisien regresi / slop. Pada persamaan tersebut diatas, nilai a dan b dapat ditentukan dengan cara:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

**3. Uji Determinasi**

Untuk mengetahui pengaruh implementasi kebijakan pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus perhitungan determinasi ( $r^2$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

**4. Uji t ( Uji Hipotesis)**

Selanjutnya setelah nilai koefisien korelasi, koefisien determinasi antara variabel X dan variabel Y diketahui, maka perlu dilakukan pengujian hipotesa dengan menggunakan rumus uji t.

Menurut Husen Umar (2004: 197) rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-1)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana: t: t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel, r :

Korelasi X dan Y yang ditemukan, n: Jumlah sampel, Dengan taraf signifikan 0,05% uji dua pihak dan dk = n – 2, Hipotesa pengujian dapat dilakukan dengan ketentuannya adalah :

Ha: Nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau t hitung  $\geq$  t tabel

Ho: Nilai t hitung lebih kecil dari nilai

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### Hasil Uji Instrument Data

##### 1. Hasil Uji Normalitas

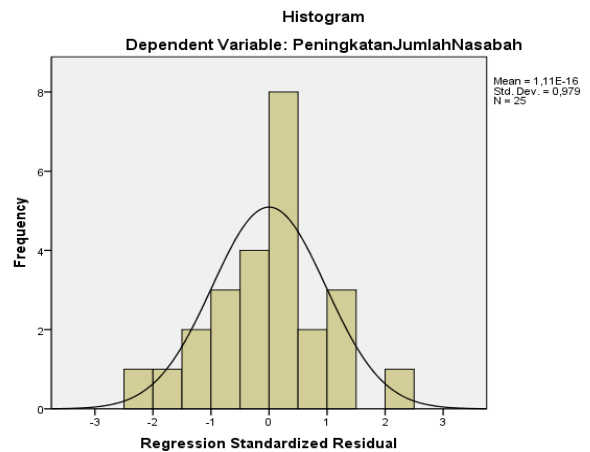
Ada dua cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini digunakan dua cara tersebut:

##### a) Analisa Grafik

Analisa grafik yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa grafik histogram. Pada grafik histogram, data yang mengikuti atau mendekati ditribusi normal adalah distribusi data yang berbentuk lonceng. Pada penelitian ini data pada grafik histogram berbentuk lonceng sehingga dapat disimpul-

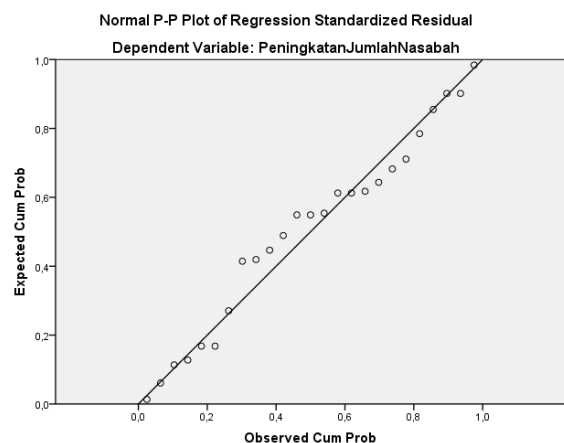
kan distribusi datanya adalah normal. Dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Gambar 1 Grafik Histogram**  
**Variabel Kebijakan Pelayanan dan**  
**Peningkatan Jumlah Nasabah**



*Sumber: Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

**Gambar. 2**  
**Grafik normal PP Plot of Regression**  
**standardized residual**



*Sumber: Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Berdasarkan gambar dan grafik diatas (grafik histogram) menunjukkan bahwa distribusi data dari variabel kebijakan pelayanan dan peningkatan jumlah nasabah mendekati normal, ini ditunjukkan titik-titik pada scatter plot terlihat mengikuti data disepanjang garis diagonal.

**b) Analisa statistik**

Salah satu uji statistik untuk menguji normalitas adalah uji statistik kolmogorov

Smirnov (K-S). Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis: Jika probabilitas (Asymp. Sig) dibawah 0,05 dan nilai KS Z diatas nilai Z untuk 0,05 sebesar 1,97, maka  $H_0$  ditolak artinya data residual tidak berdistribusi normal, jika probabilitas diatas 0,05 dan nilai KS Z dibawah nilai Z untuk 0,05 yang sebesar 1,97, berarti data residual berdistribusi normal. Hasil uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel. 1. One sample Kolmogorov Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,95018696
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,085
	Negative	-,133
Kolmogorov-Smirnov Z		,664
Asymp. Sig. (2-tailed)		,770

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

*Sumber : Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Asymp. Sig didapat sebesar 0,770 diatas nilai probabilitas 0,05 dan nilai Z Kolmorov Smirnov sebesar 0,664 lebih kecil dari nilai Z untuk sig 5% yaitu 1,97 yang berarti kedua data variabel tersebut berdistribusi normal.

**2. Hasil Uji Validitas**

Uji validasi bertujuan untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen penelitian (data kuesioner). Instrumen dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan sebaliknya apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid. Nilai  $r$  tabel didapat dari besarnya jumlah sampel, yang

dilihat pada tabel r (pada halaman lampiran). dinyatakan valid. Dan pada variabel  
 Maka hasil pengujian variabel Kebijakan Peningkatan Jumlah Nasabah nilai item 1 r  
 Pelayanan nilai item 1 r hitung = 0,552 > r hitung = 0,451 > r tabel = 0,396 sehingga  
 tabel = 0,396 sehingga dinyatakan valid. dinyatakan valid. Sehingga nilai item 1 s/d  
 Sehingga nilai item 1 s/d item 10 semua data item 10 semua data dinyatakan valid.

**Tabel. 2. Uji Validitas Data Kuesioner (r tabel = 0,396)**

<b>a. Variabel Kebijakan Pelayanan</b>		
	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Validitas</b>
VAR00001	0,552	Valid
VAR00002	0,415	Valid
VAR00003	0,618	Valid
VAR00004	0,425	Valid
VAR00005	0,528	Valid
VAR00006	0,500	Valid
VAR00007	0,646	Valid
VAR00008	0,797	Valid
VAR00009	0,750	Valid
VAR000010	0,508	Valid
<b>b. Variabel Peningkatan Jumlah Nasabah</b>		
	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Validitas</b>
VAR00001	0,451	Valid
VAR00002	0,540	Valid
VAR00003	0,583	Valid
VAR00004	0,813	Valid
VAR00005	0,474	Valid
VAR00006	0,747	Valid
VAR00007	0,658	Valid
VAR00008	0,782	Valid
VAR00009	0,566	Valid
VAR000010	0,675	Valid

*Sumber : Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

**3. Hasil Uji Reabilitas**

Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi kuesioner (instrumen penelitian). Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > nilai r tabel, dan nilai instrumen dinyatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* < nilai r tabel.

Adapun hasil pada variabel Kebijakan Pelayanan nilai *Cronbach Alpha* = 0,857 > nilai r tabel = 0,396 maka data dinyatakan reliabel dan hasil uji pada variabel Peningkatan Jumlah Nasabah nilai *Cronbach Alpha* = 0,887 > nilai r tabel = 0,396 sehingga dinyatakan reliabel.

**Tabel. 3. Uji reabilitas Variabel X dan Y**

No	Item	Cronbach's Alpha	N of Item
1	Kebijakan pelayanan (X)	0,857	10
2	Peningkatan jumlah nasabah (Y)	0,887	10

*Sumber: Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

**Uji Analisis Data**

**1. Hasil Uji Korelasi**

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara Kebijakan Pelayanan (variabel X) dan

Peningkatan Jumlah Nasabah (variabel Y), maka nilai-nilai dari tabel tersebut di atas dapat dimasukkan ke program Windows SPSS Versi 19, dengan output sebagai berikut:

**Tabel. 4. Output Koefisien Korelasi**

		Kebijakan Pelayanan	Peningkatan Jumlah Nasabah
Kebijakan Pelayanan	Pearson Correlation	1	,869**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	25	25
Peningkatan Jumlah Nasabah	Pearson Correlation	,869**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	25	25

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber : Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Dari Tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara Kebijakan Pelayanan dengan Peningkatan Jumlah Nasabah sebesar 0,869. Untuk dapat

memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman pada tabel berikut:

**Tabel. 5 Tingkat interpretasi nilai r**

Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber: **Suharsimi Arikunto (2006:245)**

Berdasarkan tabel tersebut, maka koefisien kolerasi yang ditemukan sebesar 0,869 termasuk kategori tinggi. Jadi terdapat hubungan tinggi dan positif antara pengaruh Kebijakan Pelayanan dengan Peningkatan Jumlah Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga.

## 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y, dilakukan dengan perhitungan regresi linier sederhana dengan menggunakan output program Windows SPSS 19 sebagai berikut:

**Tabel. 6. Output Koefisien regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,067	4,302		1,875	,073
KebijakanPelayanan	,838	,100	,869	8,408	,000

a. Dependent Variable: PeningkatanJumlahNasabah

Sumber : *Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 8,067 + 0,838 X$ , hal ini berarti bahwa yang terjadi pengaruh pada variabel terikat (peningkatan jumlah nasabah) ditentukan oleh variabel bebas (kebijakan pelayanan) dengan koefisien regresi sebesar 83,8%, dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X

(kebijakan pelayanan) atau nilai tertentu maka akan menambah peningkatan variabel Y (peningkatan jumlah nasabah) sebesar koefisien regresi 83,8% atau dikalikan dengan nilai tertentu tersebut.

## 3. Hasil Uji Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh kebijakan pelayanan terhadap

peningkatan jumlah nasabah pada PT. dilihat dari hasil output Windows SPSS 19 Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga dapat sebagai berikut:

**Tabel. 7 Output Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,869 <sup>a</sup>	,755	,744	1,99213

a. Predictors: (Constant), KebijakanPelayanan  
 b. Dependent Variable: PeningkatanJumlahNasabah

*Sumber: Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 75,5%, hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (Peningkatan jumlah nasabah) 75,5% ditentukan oleh variabel bebas (kebijakan pelayanan) dan sisanya sebesar 24,5% ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas oleh penulis.

#### 4. Hasil Uji t (Uji Hipotesis)

Setelah nilai koefisien regresi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai t hitung dengan tujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan ditolak atau diterima dapat diketahui dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan ketentuan :

pabila t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikan dibawah nilai  $\alpha$  5 % maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis O (Ho) ditolak.abila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel nilai signifikan diatas nilai  $\alpha$  5 % maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan Hipotesis (Ho) diterima.

2. Mencari nilai derajat kebebasan (dk), yaitu  $dk = 2$ , dalam hal ini  $n = 25$ , maka  $dk = 25 - 2 = 23$ .
3. Setelah nilai dk diketahui maka nilai t tabel (nilainya telah diketahui dalam tabel t) untuk dk 23 pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 2,06866.

Untuk menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan atau tidak, perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat output Program Windows SPSS 19 sebagai berikut:



**Tabel. 8. Output Uji t (uji Hipotesis)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,067	4,302		1,875	,073
KebijakanPelayanan	,838	,100	,869	8,408	,000

a. Dependent Variable: PeningkatanJumlahNasabah

*Sumber: Pengelolaan data Program Windows SPSS 19*

Dari tabel 12 diatas, maka selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Setelah dibandingkan didapat hasil bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau  $8,408 > 2,06866$  dan nilai signifikansi  $0,000$  dibawah  $\alpha 5 \%$ , maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan hasil penelitian, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut : Untuk seluruh staff pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga perlu meningkatkan pengetahuan sistem dan program kebijakan pelayanan yang efektif dan efisien agar kualitas pelayanan (service quality) lebih dirasakan nasabah sehingga tercapai kepuasan maksimal yang pada akhirnya tujuan perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah dapat tercapai dengan baik.

Dalam mewujudkan kebijakan pelayanan yang efektif dan efisien hendaknya seluruh staff pegawai beserta pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sibolga bekerja sama menciptakan pelayanan yang berkualitas, karena pelayanan yang berkualitas merupakan hal yang paling penting untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perlu dilakukan perbaikan-perbaikan terhadap pelayanan jasa yang diberikan dan hendaknya dimulai dari penampilan dan sikap seluruh staff pegawai dalam memberikan pelayanan yang baik.

Dan untuk menjaga agar kepuasan nasabah tetap maksimal, selalu pertahankan kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan dan lebih meningkatkan lagi untuk kedepannya, lebih mendekatkan diri pada nasabah agar perusahaan lebih penuh perha-

tian dari pada pesaing serta memberikan fasilitas yang terbaik dan selalu memberikan pelayanan prima yang maksimal kepada nasabah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Wahab, Solichin. 2001. *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*, Jakarta: Bumi Aksara
- Alma, Bukhari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Alma, Bukhari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedelapan, Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian: suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Brata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Davis Hunger dan Thomas Wheelen. 2002. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi
- Effendi, Sofian. *Implementasi Kebijakan*, <http://sofian.staff.ugm.ac.id/kuliah>. diunduh 01 April 2010
- Furchan, Arief. 2007. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Jakarta: Pustaka Pelajar