

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Prosedur

Prosedur merupakan tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Prosedur digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan setiap kegiatan agar berjalan terarah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Prosedur merupakan tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Prosedur digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan setiap kegiatan agar berjalan terarah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Prosedur memiliki peran yang sangat penting dalam suatu organisasi maupun perusahaan karena menjadi pedoman bagi setiap pegawai dalam melaksanakan pekerjaan. Dengan adanya prosedur yang jelas, setiap kegiatan operasional dapat dilakukan secara lebih teratur, konsisten, dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, prosedur juga membantu mengurangi terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan pekerjaan karena setiap tahapan telah disusun secara sistematis sehingga mudah dipahami dan diterapkan oleh seluruh pegawai. Oleh karena itu, penerapan prosedur yang baik akan mendukung terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan kegiatan operasional perusahaan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Menurut Mulyadi (2016), prosedur merupakan suatu urutan kegiatan yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu atau lebih bagian organisasi yang disusun untuk menjamin penanganan secara seragam terhadap transaksi atau

kegiatan yang terjadi secara berulang. Prosedur disusun agar setiap aktivitas dapat dilaksanakan sesuai dengan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing, sehingga pelaksanaan pekerjaan menjadi lebih mudah dikendalikan dan diawasi. Dengan demikian, prosedur tidak hanya berfungsi sebagai pedoman kerja, tetapi juga sebagai alat pengendalian dalam pelaksanaan kegiatan operasional (Mulyadi, 2016).

Dalam suatu perusahaan, prosedur digunakan untuk memastikan bahwa setiap aktivitas dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pelaksanaan prosedur yang baik akan mempermudah koordinasi antar pegawai karena setiap individu telah memahami tahapan pekerjaan yang harus dilakukan. Selain itu, prosedur juga memberikan kepastian mengenai urutan pelaksanaan pekerjaan sehingga proses operasional dapat berjalan secara efektif dan meminimalkan terjadinya kesalahan maupun penyimpangan. Kejelasan prosedur juga membantu perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan serta meningkatkan produktivitas kerja pegawai (Kasmir, 2018).

Penerapan prosedur yang baik memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, di antaranya mempermudah pelaksanaan pekerjaan, meningkatkan efisiensi waktu, memperjelas pembagian tugas, serta memudahkan proses pengawasan dan evaluasi. Prosedur juga menjadi dasar bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten kepada pelanggan karena setiap pegawai melaksanakan pekerjaan berdasarkan langkah-langkah yang sama. Dengan demikian, perusahaan dapat menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Sailendra, 2015).

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, prosedur memiliki peranan yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan proses pelayanan kepada pelanggan. Seluruh tahapan pelayanan, mulai dari penyambutan pelanggan, pemberian informasi, pelaksanaan transaksi, hingga penyelesaian pelayanan dilakukan berdasarkan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Penerapan prosedur yang baik akan membantu pegawai memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional sehingga pelanggan memperoleh pengalaman pelayanan yang positif. Oleh karena itu, prosedur menjadi salah satu faktor yang mendukung terciptanya kualitas pelayanan yang optimal (Tjiptono, 2019).

Dalam konteks penelitian ini, prosedur pelayanan menjadi pedoman bagi pegawai PT Pegadaian UPC Lakarsantri dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Seluruh tahapan pelayanan dilakukan secara sistematis sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan standar *Customer Experience* (CX100) yang berlaku di perusahaan. Dengan adanya prosedur yang jelas, pelayanan kepada nasabah dapat berlangsung secara lebih teratur, efektif, dan konsisten sehingga mampu memberikan kenyamanan, kepuasan, serta pengalaman pelayanan yang positif bagi setiap nasabah.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa prosedur merupakan serangkaian tahapan atau langkah kerja yang disusun secara sistematis sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu kegiatan agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Keberadaan prosedur sangat penting dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan karena mampu menciptakan keseragaman dalam pelaksanaan pekerjaan, meningkatkan efektivitas dan efisiensi

kerja, mengurangi risiko kesalahan, serta menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

2.1.1 Pengertian prosedur

Prosedur merupakan rangkaian langkah kerja yang disusun secara sistematis dan berurutan untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu organisasi atau perusahaan. Setiap prosedur dibuat agar pelaksanaan suatu pekerjaan dapat dilakukan secara konsisten sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya prosedur, setiap individu yang terlibat dalam suatu proses kerja memiliki pedoman yang jelas mengenai tugas, tanggung jawab, serta tahapan yang harus dilakukan sehingga dapat meminimalkan kesalahan dalam pelaksanaan pekerjaan. Penerapan prosedur juga membantu perusahaan dalam menciptakan keseragaman pelaksanaan pekerjaan pada setiap unit kerja sehingga kualitas hasil yang diperoleh dapat dipertahankan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Menurut Dalaiya dan Musdalifah (2023), prosedur merupakan serangkaian langkah yang dilakukan secara sistematis untuk menyelesaikan suatu pekerjaan sesuai dengan aturan yang berlaku. Prosedur disusun sebagai pedoman agar setiap kegiatan operasional dapat berlangsung secara efektif, efisien, dan terarah. Sementara itu, Mulyadi (2016) menjelaskan bahwa prosedur adalah urutan kegiatan yang biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu atau lebih bagian organisasi yang dirancang untuk menjamin penanganan transaksi secara seragam. Dengan adanya prosedur yang jelas, setiap aktivitas operasional dapat berjalan sesuai standar sehingga tujuan organisasi lebih mudah tercapai (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Prosedur memiliki peranan yang sangat penting karena hampir seluruh aktivitas pelayanan berhubungan langsung dengan nasabah. Prosedur pelayanan yang diterapkan harus mampu memberikan kepastian mengenai tahapan pelayanan mulai dari penyambutan nasabah, identifikasi kebutuhan, proses transaksi, hingga penyelesaian pelayanan. Dengan adanya prosedur yang baku, setiap pegawai dapat memberikan pelayanan yang seragam kepada seluruh nasabah sehingga kualitas pelayanan tetap terjaga. Selain itu, prosedur juga menjadi dasar bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Penerapan prosedur yang baik juga mampu meningkatkan efektivitas kerja pegawai karena setiap tahapan pekerjaan telah memiliki pedoman yang jelas. Pegawai tidak perlu menentukan langkah kerja secara mandiri setiap kali memberikan pelayanan karena seluruh tahapan telah diatur dalam Standar Operasional Prosedur (SOP). Kondisi tersebut memungkinkan proses pelayanan berlangsung lebih cepat, mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan administrasi, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Oleh sebab itu, keberadaan prosedur menjadi salah satu unsur penting dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas, profesional, dan berorientasi pada kepuasan nasabah (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

2.1.2 Tujuan Prosedur

Tujuan utama dari prosedur adalah memberikan panduan yang jelas dalam melaksanakan suatu kegiatan agar pekerjaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Penyusunan prosedur dalam suatu organisasi memiliki tujuan untuk

menciptakan pelaksanaan pekerjaan yang terstruktur, efektif, dan efisien. Prosedur memberikan petunjuk yang jelas mengenai urutan kegiatan sehingga setiap pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Dengan adanya prosedur, seluruh pegawai memiliki acuan yang sama dalam menjalankan tugasnya sehingga hasil pekerjaan menjadi lebih seragam dan mudah dikendalikan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Menurut Dalaiya dan Musdalifah (2023), tujuan prosedur adalah memberikan pedoman pelaksanaan pekerjaan agar kegiatan operasional berjalan secara teratur, meminimalkan kesalahan, meningkatkan efisiensi waktu, serta mempermudah proses pengawasan. Selain itu, prosedur juga bertujuan untuk menciptakan koordinasi yang baik antar bagian sehingga seluruh aktivitas organisasi dapat berjalan secara terpadu.

Tujuan prosedur pelayanan tidak hanya untuk mengatur jalannya pelayanan, tetapi juga memastikan bahwa setiap nasabah memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional. Pelayanan yang dilakukan sesuai prosedur akan meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap perusahaan karena seluruh proses transaksi dilaksanakan secara transparan, aman, dan sesuai ketentuan yang berlaku. Oleh karena itu, prosedur menjadi salah satu instrumen penting dalam menjaga kualitas pelayanan sekaligus mendukung pencapaian tujuan perusahaan. (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

2.1.3 Manfaat Prosedur

Penerapan prosedur memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan maupun pegawai. Bagi perusahaan, prosedur membantu menciptakan sistem kerja yang

lebih efektif sehingga setiap kegiatan operasional dapat berjalan sesuai target yang telah ditetapkan. Dengan adanya prosedur yang jelas, perusahaan juga lebih mudah melakukan pengawasan, evaluasi, serta pengendalian terhadap setiap aktivitas yang berlangsung. Selain itu, prosedur menjadi dasar dalam memberikan pelatihan kepada pegawai baru sehingga mereka dapat memahami alur pekerjaan dengan lebih cepat (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Menurut Dalaiya dan Musdalifah (2023), manfaat prosedur antara lain meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi risiko kesalahan, memperjelas pembagian tugas, meningkatkan koordinasi antar pegawai, serta menjaga konsistensi kualitas pekerjaan. Penerapan prosedur juga dapat meningkatkan produktivitas karena setiap pekerjaan dilakukan berdasarkan tahapan yang telah dirancang sebelumnya.

Prosedur memberikan manfaat berupa terciptanya pelayanan yang lebih cepat, tertib, dan mudah dipahami oleh nasabah. Pegawai dapat menjalankan tugas sesuai standar pelayanan perusahaan sehingga kualitas pelayanan menjadi lebih konsisten. Di sisi lain, nasabah memperoleh kepastian mengenai tahapan pelayanan yang akan dijalani sehingga merasa lebih nyaman dan percaya terhadap layanan yang diberikan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

2.1.4 Karakteristik Prosedur

Prosedur yang baik memiliki karakteristik yang dapat mendukung kelancaran pelaksanaan pekerjaan. Prosedur harus disusun secara sederhana, jelas, sistematis, mudah dipahami, serta dapat diterapkan oleh seluruh pihak yang berkepentingan. Selain itu, prosedur juga harus mampu menjelaskan tanggung jawab masing-

masing bagian sehingga tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Menurut Dalaiya dan Musdalifah (2023), karakteristik prosedur meliputi adanya urutan kegiatan yang jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, memiliki tujuan yang pasti, serta dapat diterapkan secara konsisten dalam kegiatan operasional perusahaan. Prosedur juga harus bersifat fleksibel sehingga dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi maupun kebutuhan organisasi tanpa menghilangkan tujuan utama yang ingin dicapai.

Selain memiliki urutan kegiatan yang jelas, prosedur yang baik juga harus memiliki standar pelaksanaan yang dapat dijadikan pedoman oleh setiap pihak yang menjalankan aktivitas operasional. Standar tersebut berfungsi untuk memastikan bahwa setiap pekerjaan dilakukan dengan cara yang sama sehingga hasil yang diperoleh dapat sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam suatu organisasi, prosedur menjadi alat pengendalian yang membantu mengurangi kesalahan kerja, meningkatkan efektivitas proses, serta menciptakan keseragaman dalam pelaksanaan kegiatan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Karakteristik prosedur juga dapat dilihat dari kemampuannya dalam memberikan informasi yang lengkap mengenai tahapan pekerjaan yang harus dilakukan. Setiap langkah dalam prosedur harus menjelaskan kegiatan yang dilakukan, pihak yang bertanggung jawab, serta hasil yang diharapkan dari proses tersebut. Dengan adanya informasi yang lengkap, pegawai dapat memahami tugas dan tanggung jawabnya sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara lebih terarah dan efisien (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Selain itu, prosedur harus memiliki sifat komunikatif, artinya prosedur tersebut mampu menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh seluruh pegawai. Penggunaan bahasa yang jelas akan membantu mengurangi kesalahan dalam memahami instruksi kerja. Hal ini menjadi penting terutama dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, karena kesalahan dalam menjalankan prosedur dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Prosedur yang diterapkan dalam perusahaan juga harus memiliki unsur pengawasan dan evaluasi secara berkala. Evaluasi diperlukan untuk mengetahui apakah prosedur yang telah diterapkan masih sesuai dengan kondisi operasional perusahaan atau perlu dilakukan pembaruan. Perubahan kebutuhan nasabah, perkembangan teknologi, serta peningkatan persaingan bisnis menjadi faktor yang menyebabkan perusahaan harus melakukan penyesuaian terhadap prosedur yang digunakan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Dalam kegiatan pelayanan nasabah, karakteristik prosedur memiliki peran penting dalam menciptakan pelayanan yang konsisten. Prosedur pelayanan yang jelas dapat membantu pegawai memberikan layanan sesuai dengan standar perusahaan, mulai dari proses penyambutan nasabah, memahami kebutuhan nasabah, memberikan informasi produk, hingga menyelesaikan transaksi. Dengan demikian, prosedur tidak hanya berfungsi sebagai aturan kerja, tetapi juga sebagai pedoman dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi nasabah (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Penerapan prosedur yang baik juga dapat meningkatkan profesionalisme

pegawai karena setiap aktivitas pelayanan dilakukan berdasarkan standar yang telah ditetapkan. Pegawai tidak hanya dituntut untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat, tetapi juga harus memperhatikan ketepatan, keramahan, dan kualitas interaksi dengan nasabah. Oleh karena itu, prosedur menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang optimal (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik prosedur yang baik meliputi kejelasan langkah kerja, kemudahan pemahaman, adanya pembagian tanggung jawab, kemampuan beradaptasi, serta penerapan yang konsisten. Prosedur yang dirancang dengan baik akan membantu perusahaan mencapai efektivitas operasional dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan (Dalaiya & Musdalifah, 2023).

2.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena menjadi aspek utama yang dinilai oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas terhadap perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan pelanggan merasa kecewa dan beralih kepada perusahaan lain yang mampu memberikan pelayanan lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu bersaing di tengah perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif (Marpaung dkk., 2023).

Menurut Kotler dan Keller (2022), pelayanan adalah setiap aktivitas atau

manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Pelayanan dapat menjadi nilai tambah bagi suatu perusahaan karena pelanggan tidak hanya menilai produk yang diterima, tetapi juga bagaimana proses pelayanan diberikan.

Sementara itu, Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui interaksi secara langsung maupun tidak langsung. Pelayanan yang diberikan harus mampu memberikan kenyamanan, keamanan, serta kemudahan bagi pelanggan sehingga tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Dalam perusahaan jasa keuangan seperti PT Pegadaian, pelayanan memiliki peranan yang sangat penting karena sebagian besar aktivitas perusahaan melibatkan interaksi langsung dengan nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, dan profesional akan memberikan pengalaman positif kepada nasabah sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Ponggohong dkk., 2023).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui proses pemberian jasa secara profesional sehingga mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pelanggan, pelayanan juga menjadi salah satu strategi perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas akan lebih

mudah mendapatkan kepercayaan pelanggan karena pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan selama proses pelayanan berlangsung. Dalam industri jasa, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan (Ponggohong dkk., 2023).

Pelayanan yang berkualitas dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan solusi yang sesuai dengan harapan pelanggan. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan tingkat kepuasan yang berbeda, sehingga perusahaan perlu memiliki standar pelayanan yang dapat membantu pegawai memberikan layanan secara konsisten. Standar tersebut menjadi pedoman agar setiap proses pelayanan dapat berjalan secara efektif, mulai dari tahap awal pelanggan melakukan interaksi hingga pelayanan selesai diberikan (Ponggohong dkk., 2023).

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam konsep kualitas pelayanan, terdapat beberapa aspek yang memengaruhi penilaian pelanggan terhadap suatu pelayanan, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Kelima aspek tersebut menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya berkaitan dengan kecepatan dalam menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga mencakup kemampuan pegawai dalam memberikan perhatian, keamanan, serta kenyamanan kepada pelanggan.

Dalam penerapannya, pelayanan yang baik membutuhkan dukungan dari sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan sikap profesional. Pegawai menjadi pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan sehingga memiliki peran

penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif. Sikap ramah, kemampuan berkomunikasi, ketelitian, serta pemahaman terhadap prosedur kerja menjadi faktor yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan (Ponggohong dkk., 2023).

Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan, pelayanan menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan operasional. Hal ini disebabkan karena transaksi keuangan membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Pelanggan tidak hanya membutuhkan layanan yang cepat dan mudah, tetapi juga membutuhkan rasa aman serta kepastian bahwa kebutuhan mereka dapat ditangani dengan baik oleh perusahaan (Ponggohong dkk., 2023).

PT Pegadaian sebagai salah satu perusahaan jasa keuangan memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Penerapan prosedur pelayanan seperti CX100 menjadi salah satu bentuk upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas interaksi antara pegawai dan nasabah. Melalui prosedur tersebut, pegawai memiliki pedoman dalam memberikan pelayanan yang seragam, efektif, serta berorientasi pada pengalaman nasabah.

Pelayanan yang dilakukan secara konsisten juga dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan hubungan baik dengan nasabah. Nasabah yang memperoleh pelayanan sesuai harapan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan memiliki kemungkinan untuk kembali menggunakan produk atau layanan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan jasa (Ponggohong dkk., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, pelayanan dapat dipahami sebagai proses interaksi antara perusahaan dengan pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan nilai tambah melalui pemberian jasa yang berkualitas. Pelayanan yang efektif harus didukung oleh prosedur yang jelas, pegawai yang kompeten, serta komitmen perusahaan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

2.2.1 Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah memberikan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau nasabah secara optimal. Pelayanan yang baik tidak hanya berfokus pada penyelesaian transaksi, tetapi juga berupaya menciptakan kepuasan melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta profesional. Dengan pelayanan yang berkualitas, perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga tercipta rasa percaya terhadap produk maupun jasa yang diberikan. Oleh karena itu, pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat (Kasmir, 2018).

Menurut Kasmir (2018), tujuan pelayanan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pelayanan yang baik akan menciptakan kenyamanan bagi pelanggan, meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan, serta mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, pelayanan juga bertujuan untuk menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan dalam jangka panjang (Kasmir, 2018).

Tjiptono (2019) menyatakan bahwa tujuan pelayanan tidak hanya untuk

memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai tambah melalui kualitas pelayanan yang konsisten. Pelayanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, serta memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik agar mampu mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan pelayanan adalah memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui proses yang cepat, tepat, ramah, dan profesional sehingga tercipta kepuasan, kepercayaan, serta hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan (Kasmir, 2018).

2.2.2 Manfaat Pelayanan

Pelayanan yang baik memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan maupun pelanggan. Bagi perusahaan, pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan citra perusahaan, memperkuat kepercayaan pelanggan, serta menciptakan hubungan yang baik dalam jangka panjang. Sementara itu, bagi pelanggan, pelayanan yang baik memberikan rasa nyaman, kemudahan dalam memperoleh informasi, serta kepastian bahwa kebutuhan mereka telah dilayani dengan baik. Dengan demikian, pelayanan menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam keberhasilan perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa (Kasmir, 2018).

Menurut Tjiptono (2019), pelayanan yang berkualitas memberikan manfaat berupa meningkatnya kepuasan pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan,

berkurangnya jumlah keluhan, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung akan menggunakan kembali produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kondisi tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan perusahaan dalam jangka panjang (Tjiptono, 2019).

Selain memberikan manfaat bagi pelanggan, pelayanan yang baik juga memberikan manfaat bagi pegawai dan perusahaan. Pelayanan yang dilakukan sesuai dengan prosedur dan standar yang berlaku akan menciptakan proses kerja yang lebih efektif dan efisien. Pegawai menjadi lebih mudah dalam menjalankan tugas karena memiliki pedoman yang jelas, sedangkan perusahaan dapat menjaga konsistensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas akan memberikan keuntungan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam proses pelayanan (Kotler & Keller, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manfaat pelayanan adalah menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, memperbaiki citra perusahaan, meningkatkan efektivitas proses kerja, serta mendukung tercapainya tujuan perusahaan melalui pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2019).

2.2.3 Karakteristik Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui pemberian jasa atau bantuan sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam pelaksanaannya, pelayanan memiliki karakteristik yang membedakannya

dengan produk berupa barang. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pelayanan lebih menekankan pada proses interaksi antara pemberi layanan dengan pelanggan sehingga kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh sikap, kemampuan, dan profesionalisme pegawai dalam memberikan layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami karakteristik pelayanan agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2022), karakteristik pelayanan menunjukkan bahwa pelayanan memiliki sifat yang unik karena berkaitan langsung dengan aktivitas pemberian jasa kepada pelanggan. Pelayanan tidak hanya berorientasi pada hasil akhir, tetapi juga pada proses penyampaian layanan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, pelayanan harus diberikan secara konsisten, tepat, cepat, ramah, dan profesional agar mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan (Kotler & Keller, 2022).

Karakteristik pelayanan juga menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan solusi yang sesuai dengan harapan mereka. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan rasa nyaman, meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Dengan demikian, karakteristik pelayanan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa, karena berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Kasmir, 2018).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa

karakteristik pelayanan merupakan sifat atau ciri khas yang dimiliki oleh suatu pelayanan dalam proses memenuhi kebutuhan pelanggan. Karakteristik tersebut menjadi pedoman bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang efektif, efisien, dan berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Tjiptono, 2019)

2.2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan (Khaerunnisa dkk., 2023).

Kualitas pelayanan adalah tingkat kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan pelayanan yang benar-benar diterima. Apabila pelayanan yang diterima sama atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas (Marpaung dkk., 2023).

Tjiptono (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu pelayanan yang diharapkan pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan tersebut secara konsisten. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan pelanggan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi.

Dalam praktiknya, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kecepatan pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh sikap karyawan, ketepatan informasi, kenyamanan fasilitas, kemudahan proses transaksi, serta kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Semua aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa perusahaan (Ponggohong dkk., 2023).

Pada PT Pegadaian, kualitas pelayanan menjadi salah satu fokus utama dalam mendukung transformasi perusahaan menuju layanan berbasis *Customer Experience* (CX100). Program ini bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan digital, pelayanan yang cepat, kemudahan akses layanan, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia agar mampu memberikan pengalaman terbaik kepada setiap nasabah (Syafurudin, Bahri, & Hidayati, 2023).

2.2.5 Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima (*service excellence*) merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan atau nasabah dengan tujuan memenuhi bahkan melebihi harapan mereka. Dalam perusahaan jasa, pelayanan prima menjadi faktor yang sangat penting karena kualitas pelayanan yang diberikan akan memengaruhi tingkat kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. Pelayanan prima tidak hanya berfokus pada kecepatan pelayanan, tetapi juga mencakup keramahan, kesopanan, ketepatan, kemampuan komunikasi, serta *profesionalisme* pegawai dalam melayani pelanggan (Marpaung dkk., 2023)

Menurut Tjiptono (2019), pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan secara optimal melalui proses yang cepat, tepat, ramah, dan profesional sehingga

mampu memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan serta meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.

Dalam persaingan industri jasa yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, pelayanan prima menjadi salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan sekaligus menarik pelanggan baru. Menurut Kasmir (2018), pelayanan prima merupakan tindakan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, sopan, serta mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan sehingga mereka memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Pelayanan prima memiliki beberapa tujuan, di antaranya meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, memperkuat citra perusahaan, meningkatkan daya saing, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan. tujuan utama pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara maksimal sehingga tercipta kepuasan yang berkelanjutan. Kepuasan tersebut akan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang merasa puas cenderung merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kembali menggunakan produk atau jasa yang sama di masa mendatang (Marpaung dkk., 2023)

Selain memiliki tujuan tertentu, pelayanan prima juga memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat reputasi perusahaan, mengurangi keluhan pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong peningkatan pendapatan perusahaan melalui loyalitas pelanggan. Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu menerapkan pelayanan prima secara konsisten akan memiliki keunggulan kompetitif karena pelanggan tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga kualitas pelayanan yang mereka terima selama berinteraksi dengan perusahaan. Oleh sebab itu, pelayanan prima menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis, terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa (Marpaung dkk., 2023)

Pelaksanaan pelayanan prima juga harus didukung oleh kompetensi sumber daya manusia yang memadai. Pegawai yang berhadapan langsung dengan pelanggan dituntut memiliki kemampuan komunikasi yang baik, sikap ramah, empati, kesabaran, serta kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan secara profesional. Selain itu, perusahaan perlu memberikan pelatihan secara berkala agar pegawai memahami standar pelayanan yang berlaku dan mampu memberikan pelayanan yang konsisten kepada seluruh pelanggan. Menurut Kasmir (2018), kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pegawai dalam memahami kebutuhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat terhadap setiap permasalahan yang dihadapi pelanggan.

2.3 Customer Experience (CX)

Customer Experience (CX) atau pengalaman pelanggan merupakan keseluruhan

pengalaman yang dirasakan pelanggan ketika berinteraksi dengan suatu perusahaan, baik sebelum, selama, maupun setelah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pengalaman tersebut terbentuk melalui berbagai bentuk interaksi, seperti saat pelanggan mencari informasi, melakukan pembelian atau transaksi, menerima pelayanan dari karyawan, hingga memperoleh layanan setelah transaksi selesai. Pengalaman yang positif akan menciptakan kesan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Sebaliknya, pengalaman yang negatif dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan berpotensi beralih kepada perusahaan lain. Menurut Lemon dan Verhoef (2016), *Customer Experience* merupakan respons pelanggan yang muncul dari seluruh interaksi yang terjadi sepanjang perjalanan pelanggan (*customer journey*) dengan perusahaan melalui berbagai saluran maupun titik kontak (*touchpoint*).

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Pengalaman pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan. Oleh karena itu, banyak perusahaan menjadikan *Customer Experience* sebagai bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Nurjanah & Lestari, 2026).

Penerapan *Customer Experience* tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan profesional akan memberikan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa dihargai dan dipenuhi kebutuhannya. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang komunikatif, atau tidak sesuai harapan dapat menimbulkan pengalaman yang kurang menyenangkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan dilakukan secara konsisten sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan agar pengalaman yang diterima pelanggan tetap positif (Nurjanah & Lestari, 2026).

Menurut Kotler dan Keller (2022), pengalaman pelanggan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan karena pelanggan akan mengevaluasi seluruh pengalaman yang diperoleh selama berinteraksi dengan perusahaan. Apabila pengalaman yang dirasakan sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang maupun merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Sebaliknya, apabila pengalaman yang diterima berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa sehingga dapat menurunkan loyalitas terhadap perusahaan.

Selain memengaruhi kepuasan pelanggan, *Customer Experience* juga memberikan manfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan citra, kepercayaan, dan daya saing. Pengalaman pelanggan yang baik dapat membangun hubungan yang lebih erat antara perusahaan dengan pelanggan sehingga menciptakan loyalitas dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu aset penting bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung menggunakan kembali produk atau jasa perusahaan serta memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan

lainnya. Oleh sebab itu, perusahaan perlu terus melakukan evaluasi dan inovasi terhadap kualitas pelayanan agar mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan (Ryanto dkk., 2026).

2.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu kondisi yang menunjukkan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan pelayanan atau produk yang diterima. Kepuasan menjadi salah satu tujuan utama setiap perusahaan karena mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kepuasan nasabah memiliki peran yang sangat penting karena kualitas pelayanan yang diberikan akan memengaruhi persepsi dan penilaian nasabah terhadap perusahaan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan, maka nasabah akan merasa kecewa dan tidak puas terhadap perusahaan (Marpaung dkk., 2023).

Menurut Kotler dan Keller (2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau jasa dengan harapannya. Definisi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau jasa yang diberikan, tetapi juga oleh harapan yang dimiliki pelanggan sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat

kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi yang dilakukan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa setelah pelanggan menggunakannya. Evaluasi tersebut didasarkan pada pengalaman yang diperoleh selama proses penggunaan produk atau jasa, sehingga kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan agar mampu memberikan pelayanan yang sesuai dan menciptakan pengalaman yang positif (Marpaung dkk., 2023).

Selain itu, Lupiyoadi (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Kepuasan akan tercapai apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, mudah diakses, serta mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat. Dengan demikian, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir pelayanan, tetapi juga oleh keseluruhan proses pelayanan yang diterima selama berinteraksi dengan perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan yang muncul setelah nasabah membandingkan harapan dengan pelayanan atau produk yang diterima. Kepuasan akan tercipta apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan nasabah, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan nasabah.

2.4.1 Penanganan Keluhan Nasabah

Penanganan keluhan nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Keluhan yang disampaikan oleh nasabah merupakan bentuk tanggapan atau reaksi atas pelayanan yang diterima, baik yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, prosedur, produk, maupun sikap pegawai dalam memberikan pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki sistem penanganan keluhan yang baik agar setiap permasalahan yang dialami nasabah dapat diselesaikan secara tepat. Penanganan keluhan yang dilakukan secara efektif tidak hanya bertujuan menyelesaikan masalah yang terjadi, tetapi juga menjadi bentuk perhatian perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan nasabah sehingga hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah tetap terjaga (Tjiptono, 2019).

Menurut Tjiptono (2019), penanganan keluhan merupakan proses yang dilakukan perusahaan dalam menerima, menindaklanjuti, serta menyelesaikan setiap keluhan pelanggan secara cepat, tepat, dan profesional. Keluhan pelanggan harus dipandang sebagai masukan yang bermanfaat bagi perusahaan karena dapat memberikan informasi mengenai kekurangan pelayanan yang masih perlu diperbaiki. Dengan adanya penanganan keluhan yang baik, perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penanganan keluhan juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2019).

Kotler dan Keller (2022) menyatakan bahwa keluhan pelanggan merupakan sumber

informasi yang penting bagi perusahaan dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diberikan. Keluhan yang disampaikan pelanggan dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kelemahan yang terdapat dalam proses pelayanan. Apabila perusahaan mampu merespons dan menyelesaikan keluhan dengan baik, pelanggan akan merasa diperhatikan sehingga kepercayaan terhadap perusahaan dapat tetap terjaga. Sebaliknya, apabila keluhan tidak ditangani dengan baik, pelanggan berpotensi kehilangan kepercayaan dan beralih menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain (Kotler & Keller, 2022).

Dalam perusahaan jasa, penanganan keluhan merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mempertahankan kualitas pelayanan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Setiap keluhan yang diterima hendaknya diperlakukan sebagai kesempatan bagi perusahaan untuk mengetahui kebutuhan, harapan, maupun kendala yang dialami pelanggan selama menggunakan produk atau jasa perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan perbaikan terhadap sistem pelayanan sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Penanganan keluhan yang baik juga mencerminkan tanggung jawab perusahaan dalam memberikan pelayanan yang profesional kepada setiap pelanggan (Kasmir, 2018).

Selain sebagai sarana penyelesaian masalah, penanganan keluhan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan respons secara cepat, sopan, dan profesional terhadap setiap keluhan akan memperoleh penilaian yang positif dari pelanggan. Sikap pegawai dalam

menghadapi keluhan, seperti kesediaan mendengarkan, memberikan penjelasan yang jelas, serta menawarkan solusi yang sesuai, menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu membekali pegawai dengan kemampuan komunikasi dan pelayanan yang baik agar setiap keluhan dapat ditangani secara tepat sesuai dengan prosedur yang berlaku (Kasmir, 2018).

Penanganan keluhan juga menjadi salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berorientasi pada pelanggan. Perusahaan yang mampu menyelesaikan keluhan secara efektif menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal tersebut tidak hanya memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas serta kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, penanganan keluhan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari upaya perusahaan dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas dan berkesinambungan (Kotler & Keller, 2022).

2.5 Hubungan *Customer Experience* dengan Kepuasan Nasabah

Customer Experience dan kepuasan nasabah merupakan dua konsep yang saling berkaitan dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas. *Customer Experience* menggambarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan nasabah ketika berinteraksi dengan perusahaan, mulai dari sebelum menggunakan layanan, selama proses pelayanan berlangsung, hingga setelah transaksi selesai. Pengalaman yang diperoleh nasabah selama berinteraksi dengan perusahaan akan memengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Apabila pengalaman

tersebut memberikan kesan yang positif, maka nasabah cenderung merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Sebaliknya, apabila pengalaman yang diterima kurang sesuai dengan harapan, tingkat kepuasan nasabah juga akan menurun (Lemon & Verhoef, 2016).

Menurut Kotler dan Keller (2022), kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan pengalaman pelayanan yang baik agar harapan pelanggan dapat terpenuhi. Pengalaman yang positif tidak hanya diperoleh dari kualitas produk, tetapi juga dari cara perusahaan memberikan pelayanan, berkomunikasi dengan pelanggan, serta menangani kebutuhan maupun keluhan pelanggan selama proses pelayanan berlangsung (Kotler & Keller, 2022).

Penerapan *Customer Experience* yang baik akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, komunikatif, responsif, dan profesional akan membuat nasabah merasa dihargai serta memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi. Kondisi tersebut dapat meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap perusahaan sekaligus mendorong terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah. Dengan demikian, *Customer Experience* menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan nasabah (Tjiptono, 2019).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Customer Experience* memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Semakin baik pengalaman yang diperoleh nasabah selama menggunakan produk maupun layanan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Oleh

karena itu, perusahaan perlu memberikan pengalaman pelayanan yang positif secara konsisten agar kepuasan nasabah tetap terjaga serta mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan (Lemon & Verhoef, 2016).

2.6 Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan pedoman atau acuan yang digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam melaksanakan setiap kegiatan operasional agar berjalan secara teratur, konsisten, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. SOP disusun untuk memberikan petunjuk mengenai urutan pelaksanaan pekerjaan sehingga setiap pegawai memiliki pedoman yang sama dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Dengan adanya SOP, pelaksanaan pekerjaan dapat dilakukan secara lebih efektif, efisien, serta mampu meminimalkan terjadinya kesalahan dalam proses kerja. Selain itu, SOP juga berfungsi sebagai standar yang digunakan perusahaan untuk menjaga kualitas pelayanan maupun kualitas hasil kerja yang diberikan kepada pelanggan (Atmoko, 2011).

Menurut Atmoko (2011), Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah suatu pedoman atau acuan dalam melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja berdasarkan indikator teknis, administratif, serta prosedural yang sesuai dengan tata kerja, sistem kerja, dan prosedur kerja pada unit kerja yang bersangkutan. Melalui SOP, setiap pegawai memiliki pedoman yang jelas mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan secara seragam, terarah, dan sesuai dengan standar perusahaan. Dengan demikian, SOP menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung efektivitas

pelaksanaan kegiatan operasional (Atmoko, 2011).

Tujuan utama penyusunan SOP adalah untuk menciptakan keseragaman dalam pelaksanaan pekerjaan sehingga seluruh pegawai dapat bekerja sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu, SOP bertujuan meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi kesalahan dalam pelaksanaan tugas, memperjelas pembagian tanggung jawab, serta memudahkan proses pengawasan dan evaluasi kinerja pegawai. Adanya SOP juga membantu perusahaan dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan sehingga setiap pelanggan memperoleh pelayanan yang sama tanpa dipengaruhi oleh perbedaan individu pegawai yang memberikan pelayanan (Sailendra, 2015).

SOP memiliki berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain memberikan pedoman kerja yang jelas, meningkatkan disiplin pegawai dalam melaksanakan tugas, mempercepat proses penyelesaian pekerjaan, mengurangi risiko kesalahan operasional, serta menjadi dasar dalam melakukan pengawasan dan penilaian kinerja. Selain itu, SOP juga membantu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih berkualitas karena seluruh proses pelayanan dilakukan berdasarkan standar yang telah ditetapkan. Dengan adanya SOP, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas operasional sekaligus menciptakan pelayanan yang lebih profesional kepada pelanggan (Sailendra, 2015).

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, penerapan SOP menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan. Seluruh proses pelayanan, mulai dari penyambutan pelanggan, pemberian informasi, pelaksanaan transaksi, hingga penyelesaian pelayanan dilakukan berdasarkan

prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Penerapan SOP yang baik akan membantu pegawai memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan konsisten sehingga mampu memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, SOP tidak hanya berfungsi sebagai pedoman kerja bagi pegawai, tetapi juga menjadi salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas (Kasmir, 2018).

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Asman & Komala (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian Cabang Klayon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	meneliti pelayanan pada PT Pegadaian.	menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.
2	Worek & Sepang (2021)	Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian Karombasan	Inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung.	membahas kualitas pelayanan pada Pegadaian.	membahas inovasi produk, sedangkan penelitian ini berfokus pada prosedur pelayanan CX100.
3	Mandagi, Kalangi, & Walangitan (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh	meneliti pelayanan dan kepuasan	Penelitian ini lebih menitik berat kan pada implementasi

		Kepuasan Nasabah PT Pegadaian UPC Malalayang Dua	signifikan terhadap kepuasan nasabah.	nasabah Pegadaian.	program CX100.
4	Mandagi, Kalangi, & Walangitan (2022)	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian UPC Matali	Dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga perusahaan perlu mempertahankan pelayanan yang berkualitas.	membahas kualitas pelayanan Pegadaian.	menggunakan analisis kuantitatif, sedangkan penelitian ini mendeskripsikan prosedur pelayanan.
5	Lestari, Eka, & Kemala Sari (2025)	Analisis Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Nasabah PT Pegadaian UPS Karang Bedil	Kepuasan nasabah berperan sebagai variabel yang meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan.	membahas kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.	Penelitian ini tidak menggunakan variabel loyalitas, tetapi fokus pada pelaksanaan CX100.

Berdasarkan Tabel 2.1, dapat diketahui bahwa penelitian-penelitian terdahulu memiliki persamaan dalam membahas kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada PT Pegadaian. Secara umum, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas memberikan

pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam perusahaan jasa karena berhubungan langsung dengan pengalaman yang dirasakan oleh nasabah selama menggunakan produk maupun layanan perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Asman dan Komala (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Cabang Klayan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa pelayanan yang cepat, tepat, dan sesuai dengan harapan nasabah mampu meningkatkan kepuasan serta kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Temuan tersebut memperkuat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang harus terus ditingkatkan oleh PT Pegadaian agar mampu mempertahankan kepuasan nasabah.

Selanjutnya, penelitian Worek dan Sepang (2021) menjelaskan bahwa selain kualitas pelayanan, inovasi produk juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Karombasan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik, tetapi juga harus mampu menghadirkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Meskipun demikian, fokus penelitian ini berbeda karena lebih menitikberatkan pada prosedur pelayanan *Customer Experience* (CX100) tanpa membahas pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mandagi, Kalangi, dan Walangitan (2022)

juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian. Penelitian tersebut menekankan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan perlu mempertahankan standar pelayanan yang telah diterapkan. Hasil penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas pelayanan kepada nasabah pada PT Pegadaian, namun penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana prosedur pelayanan *Customer Experience* (CX100) diterapkan oleh pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Selain itu, penelitian Lestari, Eka, dan Kemala Sari (2025) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* yang mampu meningkatkan loyalitas nasabah melalui kualitas pelayanan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya memberikan dampak terhadap kepuasan, tetapi juga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini tidak mengukur loyalitas nasabah sebagai variabel penelitian, melainkan mendeskripsikan implementasi CX100 sebagai pedoman pelayanan yang diterapkan di PT Pegadaian UPC Lakarsantri.

Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian masih menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui analisis statistik. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sehingga lebih menekankan pada penggambaran secara mendalam mengenai proses pelayanan yang dilakukan oleh pegawai kepada

nasabah. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai penerapan *Customer Experience* (CX100), mulai dari proses penyambutan nasabah, identifikasi kebutuhan, pemberian informasi produk, pelaksanaan transaksi sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP), hingga penutupan pelayanan dan penanganan keluhan apabila terjadi permasalahan.

Penelitian ini juga memiliki nilai kebaruan (*novelty*) dibandingkan penelitian terdahulu karena secara khusus membahas implementasi *Customer Experience* (CX100) sebagai standar pelayanan yang diterapkan di PT Pegadaian UPC Lakarsantri. Penelitian terdahulu umumnya hanya mengukur hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan atau loyalitas nasabah, sedangkan penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana prosedur pelayanan dijalankan oleh pegawai berdasarkan standar *Customer Experience* (CX100). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya referensi mengenai penerapan pelayanan pada perusahaan jasa keuangan, khususnya PT Pegadaian.

Selain memberikan kontribusi secara akademis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi PT Pegadaian UPC Lakarsantri. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan prosedur pelayanan *Customer Experience* (CX100) sehingga perusahaan dapat mempertahankan aspek pelayanan yang telah berjalan dengan baik serta melakukan perbaikan apabila masih ditemukan kendala dalam pelaksanaannya. Dengan adanya evaluasi yang berkelanjutan, kualitas pelayanan kepada nasabah diharapkan dapat

terus meningkat sehingga mampu menciptakan kepuasan, kepercayaan, dan .



