

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini, kegiatan perekonomian semakin meningkat tajam sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat, baik di perusahaan swasta maupun perusahaan atau instansi pemerintahan yang bergerak dibidang produk maupun jasa. Hal ini mengharuskan suatu perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan agar tidak kalah dalam bersaing dan mengalami kemunduran.

Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Dalam kaitannya dengan hal ini perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang cukup baik untuk berkompetitif agar mampu memenuhi dan melayani kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat, serta mendapatkan respon yang baik berupa kepercayaan dari konsumen.

Untuk itu dalam meningkatkan pelayanan di PT. Pegadaian (persero) untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditunjukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas produk tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifik yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya.

Secara umum pelanggan dibagi menjadi dua, yaitu pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah bagian perusahaan atau karyawan perusahaan. Pelanggan eksternal adalah pihak-pihak yang bukan merupakan bagian dari perusahaan tetapi terkena dampak kegiatan perusahaan. Oleh sebab masing-masing perusahaan.

Berikut beberapa pengertian dan definisi tentang Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Banyak produk yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian (persero), PT. Pegadaian mengeluarkan 8 produk seperti produk, Kredit Cepat Aman (KCA) adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. KRASIDA (Kredit Dengan Sistem Gadai) Kredit (pinjaman) angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. KRASIDA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah. KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia) KREASI adalah Kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB

sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KRISTA (Kredit Angsuran Rumah Tangga) KRISTA adalah kredit yang diberikan kepada para wanita wirausaha yang tergabung dalam kelompok untuk pengembangan usaha dengan sistem tanggung renteng. KREMADA (Kredit Perumahan Rakyat) Wujudkan rumah idaman yang nyaman dengan pinjaman untuk renovasi maupun pembangunan rumah baru. Pinjaman (kredit) lunak yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) untuk kebutuhan renovasi atau pembangunan rumah. Nasabah yang tergolong masyarakat berpenghasilan rendah adalah yang memiliki penghasilan kurang dari 2 juta perbulan. Nasabah tergabung dalam suatu kelompok usaha. Mulia adalah berinvestasi Emas, untuk memiliki emas atau bisa juga menyimpan uang di Emas.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir yang berjudul **“PROSEDUR PELAYANAN PRODUK KCA DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) KANWIL XI SEMARANG.”**

1.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ruang lingkup pembahasan serta perumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana prosedur pelayanan produk KCA PT. PEGADAIAN (PERSERO) KANWIL XI SEMARANG?

2. Apa hambatan / kendala yang dihadapi dialami dalam mengurus prosedur pelayanan produk KCA PT. PEGADAIAN (PERSERO) KANWIL XI SEMARANG ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendeskripsikan Prosedur pelayanan produk KCA PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.
- b. Mengidentifikasi faktor penghambat dan solusi untuk mengatasi Prosedur pelayanan produk KCA PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Melatih keterampilan penulis berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari Program Studi DIII Administrasi Perkantoran FISIP UNDIP.
- b. Belajar mengenal praktek administrasi pada unit-unit kerja di PT Pegadaian (Persero) Kawnil XI Semarang.
- c. Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum diperoleh dari pendidikan formal.
- d. Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis dalam hal prosedur-prosedur pelayanan produk KCA di PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.

2. Bagi Program Studi DIII Administrasi Perkantoran

- a. Memanfaatkan umpan balik untuk menyempurnakan materi perkuliahan yang sesuai dengan kebutuhan di PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.
- b. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat dengan *stakeholder*.

3. Bagi FISIP UNDIP

Menambah referensi bagi perpustakaan FISIP UNDIP, serta dapat dipergunakan sebaik-baiknya oleh mahasiswa untuk menambah pengetahuan terutama oleh mahasiswa Program Studi D III Administrasi Perkantoran dan jurusan lain.

1.4 Kajian Pustaka

1.4.1 Pengertian Prosedur

Menurut (Moekijat, 1997: 53) Dalam bukunya Rr. Ida Nuraida, S.E., M.M. Prosedur perkantoran atau sistem perkantoran adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan) melakukan sesuatu pekerjaan; berhubungan dengan apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, dimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya

1.4.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Liona (2001 : 138) beranggapan bahwa. Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Menurut (Moenir, 1992 : 16) dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.”

Menurut (Brata, 2003 : 9) Sedangkan Brata mengeluarkan definisi yang berbeda dalam karyanya yang berjudul Dasar-Dasar Pelayanan Prima, mengatakan bahwa : ”Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.”

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, dan suatu pelayanan akan terbentuk dengan adanya pemberian layanan tertentu, pelayanan juga merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi, Dalam

rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dan suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang lain.

1.4.3 Tujuan Pelayanan Publik

Tujuan pelayanan publik adalah memuaskan keinginan masyarakat atau pelanggan pada umumnya. Untuk mencapai hal ini diperlukan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Menurut Moenir (1992:190) mengatakan bahwa pelayanan publik yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari 3(tiga) macam yaitu:

1. Layanan secara lisan

Layanan secara lisan dilakukan oleh petugas-petugas di bidang hubungan masyarakat, bidang informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapapun yang memerlukan agar setiap layanan berhasil sesuai dengan yang diharapkan.

Maka perlu diperhatikan syarat- syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yakni dengan memahami benar masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya, mampu memberikan penjelasan tentang apa yang perlu dengan lincer, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan pelayanan.

2. Layanan melalui tulisan

Merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya, pada umumnya layanan melalui tulisan cukup efisien bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani perlu diperhatikan faktor kecepatan baik dalam pengolahan masalah-masalah maupun proses penyelesaiannya.

3. Layanan dengan perbuatan

Pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil pekerjaan.

Dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan administratif
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan tujuan pelayanan publik adalah untuk mencapai hal ini diperlukan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, setiap perusahaan pasti memiliki tujuan pelayanan dan memiliki standarisasi pelayanan. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh

organisasi privat, adalah semua penyediaan barang atau jasa publik yang diselenggarakan oleh swasta, seperti misalnya rumah sakit swasta, PTS, maupun perusahaan pengangkutan, pelayanan juga merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan. menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.

1.4.4 Asas Pelayanan Publik (Drs. Ismanto Setyobudi, M.Pd)

Menurut (Tjandra, 2005: 11) asas dapat berarti dasar, landasan, fundamen, prinsip, dan jiwa atau cita- cita. Asas adalah suatu dalil umum yang dinyatakan dalam istilah umum dengan tidak menyebutkan secara khusus cara pelaksanaannya. Asas juga dapat diartikan sebagai pengertian-pengertian dan nilai-nilai yang menjadi titik tolak berfikir tentang sesuatu. Pelaksanaan pelayanan publik dilaksanakan berdasarkan asas-asas pelayanan publik.

Menurut Drs. Daryanto bahwa pelayanan publik dilakukan tiada lain untuk memberikan kepuasan bagi pengguna jasa, karena itu penyelenggaraannya niscaya membutuhkan asas-asas pelayanan. Dengan kata lain, dalam memberikan pelayanan publik.

Menurut keputusan Menpan 63/Kep/M.PAN/7/2003 tanggal 10jul 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan publik sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan penerima kebutuhan penerimaan pelayanan maupun pelaksana ketentuan perundang-undangan.

Berdasarkan definisi diatas penulis dapat menyimpulkan Asas juga dapat diartikan sebagai pengertian-pengertian dan nilai-nilai yang menjadi titik tolak berfikir tentang sesuatu. Pelaksanaan pelayanan publik dilaksanakan berdasarkan asas-asas pelayanan publik dan segala kegiatan pelayanan publik sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan penerima kebutuhan penerimaan pelayanan maupun pelaksana ketentuan perundang-undangan.

1.4.5 Prinsip Pelayanan publik

Menurut Lovelock (1992) mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan bagi penyelenggaraan pelayanan publik, yaitu meliputi:

1. *Tangible* (terjemah) seperti kemampuan fisik, peralatan, personil dan komunitas material.
2. *Reliable* (handal), kemampuan membentuk pelayanan yang dijanjikan dapat tepat dan memiliki keajegan.
3. *Responsiveness*. Rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), pengetahuan, perilaku dan kemampuan pegawai.
5. *Empaty*, perhatian perorangan pada pelanggan.

Menurut Keputusan Menpan Nomor: 163 Tahun 2003.

1. Kesederhanaan,
2. Kejelasan,

3. Kepastian Waktu,
4. Akurasi,
5. Keamanan,
6. Tanggung Jawab,
7. Kelengkapan Sarana dan Prasarana,
8. Kemudahan Akses,
9. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan,
10. Kenyamanan.

Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan, definisi pelayanan publik yang dikemukakan diatas dapat dikatakan semuanya benar, karena pengertian pelayanan prima diatas diungkapkan oleh berbagai pelaku bisnis dibidang yang berlainan. Namun demikian, dalam suatu definisi pelayanan prima, paling tidak kesamaannya terletak pada tujuan layanan, yaitu memuaskan pelanggan.

1.4.6 Pengertian Produk

Menurut Fandy Tjiptono (1997 : 95) menyatakan bahwa : “ Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.”

Menurut Irawan dan Basu Swastha DH (2000) Produk baru dapat didefinisikan sebagai barang dan jasa yang pada pokoknya berbeda dengan produk yang telah dipasarkan oleh sebuah perusahaan.

Menurut Booz, Allen, dan Hamilton yang dikutip oleh Drs. Djaslim Saladin dalam bukunya Manajemen Pemasaran (1997) terdapat enam golongan produk baru, yaitu:

1. Produk baru bagi dunia (new-to-the-world product), Yaitu produk yang dapat menciptakan pasar yang baru sama sekali.
2. Line produk baru (new-product lines), Yaitu line produk yang benar-benar baru pertama kali dipasarkan oleh perusahaan.
3. Tambahan line produk yang sudah ada (addition to existing product line), yaitu Perusahaan menambah line produk yang sudah ada.
4. Merevisi produk yang sudah ada (improvements in revisions ti existing product), yaitu merevisi atau menyempurnakan produk yang sudah ada sehingga memberikan nilai yang lebih tinggi atau mengganti dengan yang baru.
5. Penempatan kembali (repositioning), yaitu memposisikan kembali pada segmen pasar yang baru atau yang sudah ada.
6. Penekanan biaya (cost reduction), yaitu produk baru dengan penampilan yang sama, tetapi melalui biaya yang rendah.

Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan Produk (Product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat

memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam definisi secara luas, produk meliputi objek secara fisik, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran dari semua bentuk-bentuk tadi.

1.4.7 Pengertian Pelayanan Publik

Menurut Gie (1993 : 105) mendefinisikan pelayanan merupakan suatu kegiatan dalam suatu organisasi atau instansi yang dilakukan untuk mengamalkan dan mengabdikan diri kepada masyarakat.

Menurut Kurniawan (dalam Sinambela : 2006 : 5) pelayanan publik diartikan sebagai pemberi pelayanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan.

Pendapat Boediono (2003 : 60), bahwa pelayanan merupakan suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Berdasarkan definisi pelayanan publik, pemberian (pelayanan) yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan dan keperluan penerima pelayanan atau masyarakat maupun pelaksana ketentuan peraturan perundang-undangan

yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

1.5 Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan (Sugiyono, 2006:1). Metode penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Metode Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2006:14).

2. Metode Penelitian Kualitatif

Adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya.

Tujuan dari metodologi ini bukan suatu generalisasi tetapi pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Penelitian kualitatif berfungsi memberikan kategori substantif dan hipotesis penelitian kualitatif. Penelitian data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar (Sugiyono, 2006:15).

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif karena menggunakan kondisi obyek yang alamiah dengan mengambil beberapa teknik pengumpulan data dan hasilnya akan dituangkan dalam bentuk tulisan yang mendeskripsikan tentang Prosedur Pelayanan Produk di PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.

1.4.1 Fokus dan Lokus

1. Fokus

Fokus pada penelitian Tugas Akhir ini yaitu :

- Prosedur pelayanan produk di PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.

2. Lokus

Lokus yaitu suatu tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian. Lokasi penelitian Tugas Akhir ini bertempat pada Kantor PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang, jalan Ki Mangunsarkoro No 7.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu dengan wawancara, dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara interaksi tanya jawab secara langsung kepada narasumber atau informan yang dipercaya mampu memberikan sumber data yang diharapkan oleh peneliti.

Teknik wawancara tanya jawab secara langsung dilakukan penulis kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu kepada Pegawai.

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilakukan secara langsung kepada objek yang akan diteliti tanpa mengajukan pertanyaan.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan sebelum dilaksanakannya pengambilan data yaitu untuk mengamati secara langsung tugas dan kegiatan yang dilakukan Pegawai dikantor PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang, dalam prosedur pelayanan pelanggan yang ingin melakukan penggadaian barang.

3. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat

diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah proses pengumpulan data yang sistematis hingga data tersebut dikelola dan menghasilkan dokumen. Tujuan dilakukannya proses dokumentasi itu adalah untuk mendapatkan semua dokumen yang diperlukan dan hal-hal yang membuktikan ada suatu kegiatan atau benda yang bisa didokumentasikan. Jadi, dokumen tidak akan bisa tertata rapi dan terjaga bila tidak ada proses dokumentasi. Sementara itu, dokumentasi tak akan bisa berproses bila tidak ada dokumen. Keduanya saling membutuhkan dan memiliki peran masing-masing.

1.4.3 Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, maka perlu ada proses pemilahan data dan kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan teliti, dan cakup sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang objektif dari suatu penelitian. Berikut merupakan tahap analisis data yang dilakukan oleh peneliti:

1. Tahap Reduksi

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting yang berkaitan dengan tugas dipelayanan di PT Pegadaian (Persero) Kanwil XI Semarang.

Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka).

Hasil analisis data berupa pemaparan mengenai situasi yang diteliti yang disajikan dalam bentuk uraian naratif. Hakikat pemaparan data pada umumnya menjawab pertanyaan-pertanyaan mengapa dan bagaimana suatu fenomena terjadi. Untuk itu peneliti dituntut memahami dan menguasai bidang ilmu yang ditelitinya sehingga dapat memberikan justifikasi mengenai konsep dan makna yang terkandung dalam data.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian-uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan