

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Asuransi adalah perusahaan jasa yang melakukan perlindungan finansial (atau ganti rugi secara finansial) untuk jiwa, properti, kesehatan dan lain sebagainya mendapatkan penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak dapat diduga yang dapat terjadi seperti kematian, kehilangan, kerusakan atau sakit. Semakin tinggi jumlah kendaraan di dunia, maka semakin dibutuhkanlah jasa asuransi bagi masyarakat yang ingin merasakan kenyamanan dalam berkendara, baik untuk kendaraan mereka, atau jiwa mereka.

Asuransi menyebabkan atau membuat masyarakat dan perusahaan-perusahaan berada dalam keadaan aman. Dengan membeli asuransi, para pengusaha atau orang-orang akan menjadi tenang jiwanya. Misalnya, agar barang-barangnya dalam sebuah pengiriman terhindar dari kerugian yang terjadi (pecah, pencurian dan sebagainya), seseorang akan mempertanggung jawabkan barang-barangnya itu pada perusahaan asuransi (asuransi pengiriman barang). Ketika sedang dalam perjalanan terjadi kecelakaan, atau kendaraan mengalami kerugian (hilang, rusak). Bahkan apabila terjadi pemutus hubungan kerja atau meninggal dunia karena sakit.

Asuransi adalah perusahaan jasa yang tidak dapat dilihat dan tidak dapat diraba, sehingga tertanggung akan merasakan baik atau buruknya jasa itu pada saat atau setelah menggunakan jasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari

perusahaan tersebut haus maksimal dalam melayani tertanggungnya, dikarenakan tertanggung akan selalu memakai jasa tersebut apabila tertanggung akan merasa puas dari kinerja perusahaan tersebut.

Saat ini usaha di bidang asuransi tumbuh dengan pesat, seiring majunya masyarakat, semakin terbuka dan berkembangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asuransi. Hal ini membuat para pengusaha dalam bidang asuransi berlomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya. Dalam hal tersebut, tiap perusahaan berusaha menonjolkan keunggulan produk-produk dan jasa guna untuk memenuhi kebutuhan tertanggung yang saat ini semakin kompleks dan beragam, hal inilah yang menyebabkan perusahaan harus beorientasi pada kepuasan tertanggung.

Berkembangnya usaha bidang asuransi, tak luput dari berkembangnya penjualan kendaraan bermotor, ini disebabkan meningkatnya masyarakat akan kebutuhan kendaraan bermotor dan otomatis semakin tinginya penjualan kendaraan bermotor di Indonesia, berikut adalah data perkembangan penjualan kendaraan bermotor:

Tabel 1.1
Daftar Pertumbuhan Penjualan Kendaraan Bermotor di Indonesia
(Per Unit)

Tahun	Mobil	Bus	Truck	Motor
2008	6.035.281	1.350.047	3.398.956	31.528.758
2009	6.877.229	1.736.087	4.234.236	41.955.128
2010	7.489.852	2.059.187	4.452.343	47.683.681
2011	7.910.407	2.160.973	4.498.171	52.767.093
2012	8.891.041	2.250.109	4.687.789	61.078.188

Sumber : Gaikindo (2013)

Dengan demikian, semakin berkembangnya perusahaan asuransi dan semakin berkembangnya penjualan kendaraan bermotor, maka semakin tinggi tingkat persaingan usaha dalam bidang jasa asuransi di Indonesia. Berikut adalah enam perusahaan asuransi terbaik di Indonesia pada tahun 2012 :

Tabel 1.2
Data Asuransi Terbaik di Indonesia 2011 - 2012

No	Nama Perusahaan	
	2011	2012
1	PT.Alianz Auto Indonesia	PT.Alianz Auto Indonesia
2	PT.ACA Auto Insurance	PT. ABDA Auto Insurance
3	PT.Adira DInamika	PT.AXA Auto Insurance
4	PT.Simas Mobil Insurance	PT. ACA Auto Insurance
5	PT.Asuransi Jasa Indonesia	PT. Simas Mobil Insurance
6	PTAXA Auto Insurance	PT. Auto Cilin Insurance
7	PT. Panin Insurance	PT.Garda Oto Auto Insurance
8	PT. Garda Oto Auto Insurance	PT. Asuransi Jasa Indonesia
9	PT.Asuransi Astra Buana	PT.Asuransi Jiwasraya

Sumber : Majalah Infestor 2012 (dalam Jasindo)

Pada Tabel 1.2 merupakan peringkat perusahaan asuransi kendaraan bermotor pada tahun 2011 sampai 2012. Dapat dilihat bahwa peringkat pertama ditempati oleh PT.Alianz Auto Indonesia, sedangkan PT.Asuransi Jasa Indonesia pada tahun 2011 menempati peringkat ke lima, namun pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi peringkat delapan. Menurut hasil wawancara dengan Kepala Unit Marketing Bapak Muhamad Zahir bahwa kelemahan di Jasindo Bandung Ritel adalah kurangnya staff marketing, sehingga tidak ada staff yang melakukan penjualan secara *mobile* atau

menawarkan asuransi Jasindo ke masyarakat, sehingga menurunnya pengguna asuransi Jasindo Bandung Ritel dan menyebabkan penurunan pendapatan premi.

PT.Asuransi Jasa Indonesia memiliki produk asuransi kendaraan yang bernama Jasindo OTO, Jasindo OTO memiliki beberapa jenis asuransi kendaraan bermotor seperti *All Risk* , *Total Loss Only* atau *Gabungan (All Risk dan Total Loss Only)*. Asuransi *All Risk* adalah jaminan asuransi yang akan meliputi segala macam kerusakan motor atau mobil baik major sampai pada kerusakan minor. Pengguna asuransi tinggal membayar biaya klaim untuk mendapat penggantian meskipun kerusakan yang terjadi di motor atau mobil nya hanyalah kerusakan minor. Jaminan *All Risk* adalah jaminan yang dilakukan apabila mobil itu usak secara Fisik, dan bukan adanya kehilangan baik mobil atau motor. *Total Loss Only* artinya klaim asuransi apabila telah terjadi kerusakan secara total, dalam hal ini seperti bila kendaraan hilang di curi ,terbakar atau hancur total sampai tidak bisa diperbaiki seperti akibat kecelakaan. Biasanya apabila kendaraan baru secara kredit maka secara otomatis kendaraan anda telah mendapat jaminan asuransi *Total Lost* dari badan leasing yang digunakan. Sedangkan *Gabungan* adalah dimana jaminan yang meliputi semua kerusakan kendaraan dan juga melindungi dari kehilangan atau kerusakan secara total, biasanya jenis *Gabungan* ini menjamin pada kendaraan roda empat atau lebih.

Persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa, menuntut PT.Asuransi Jasa Indonesia untuk meningkatkan jumlah produksi, yang otomatis harus meningkatkan jumlah pelanggan yang memakai jasa asuransi di Jasindo. Karena

Pramestyo Achmad Septian, 2013

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TERTANGGUNG PT. ASURANSI JASA INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

apabila semakin tinggi jumlah pelanggan di Jasindo, maka semakin baik perusahaan itu dimata masyarakat.

Penulis mendapatkan data keuangan premi penjualan kendaraan bermotor pada PT.Asuransi Jasa Indonesia di tiga kota besar, berikut data yang didapat:

Tabel 1.3
Data Keuangan Premi Asuransi Kendaraan Bermotor
Pada Tahun 2012

No.	Nama Cabang	Premi (Rp.000)
1.	Cabang Jakarta	Rp. 48.774.350,25
2.	Cabang Bandung	Rp. 37.789.350
3.	Cabang Surabaya	Rp. 50.283.556
4.	Cabang Bengkulu	Rp. 64.295.423,85

Sumber : Asurani Jasa Indonesia

Pada Tabel 1.3 merupakan data keuangan asuransi kendaraan bermotor pada kota Jakarta, Bandung, Surabaya dan Bengkulu. Dapat dilihat dari ke empat kota tersebut bahwa kota Bandung yang memiliki jumlah premi yang sedikit dibandingkan tiga kota lainnya. menurut Kitab Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang peserta asuransi bahwa tertanggung adalah pelanggan atau orang yang mengikuti asuransi, atau orang yang dilibatkan dalam asuransi.

Jumlah pengguna asuransi kendaraan bermotor di Jasindo Bandung Ritel sebanyak 1415 orang. Penulis melakukan pra survey kepada tertanggung yang menggunakan asuransi kendaraan bermotor Jasindo di Bandung melewati telepon dan juga secara lisan dengan menanyakan kepuasan kinerja pada Jasindo, berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis dengan wawancara sebanyak 35 orang dari jumlah

pengguna asuransi, berikut adalah hasil wawancara pada Pra penelitian tanggal 26 Desember 2012 :

Tabel 1.4
Hasil Wawancara Pra-Penelitian Kepuasan Tertanggung

No.	Pertanyaan	Jawaban		
		Ya	Ragu-ragu	Tidak
1.	Anda puas dengan kinerja Jasindo	9	15	11
2.	Anda merasa aman dan percaya terhadap Asuransi Jasindo	6	20	9
Total		15	35	20

Sumber : Pra Survey 26 Desember 2012

Berdasarkan hasil wawancara Pra-Penelitian kepuasan tertanggung pada Tabel 1.4 diatas, dapat dilihat bahwa dari 35 tertanggung yang dijadikan sampel menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Jasindo di Kota Bandung masih rendah. Hal ini terbukti dengan banyaknya responden, atau tertanggung, yang merasa kinerja dari Jasindo belum sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, rendahnya kepuasan tertanggung Jasindo dapat dilihat dari mereka yang masih ragu-ragu terhadap kepercayaan perusahaan. Ini dikarenakan para tertanggung yang masih minim atau kurangnya mendapatkan informasi tentang asuransi, seperti kurang jelas pada saat petugas menjelaskan asuransi, kurangnya pemberian informasi pada saat klaim, dan juga kurang jelasnya jawaban yang mereka terima pada saat tertanggung memberikan pertanyaan, sehingga mereka masih mendapatkan rasa yang kurang nyaman

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada asuransi Jasindo masih dibawah harapan mereka. Dilihat dari pernyataan tertanggung, diduga bahwa adanya ketidaksesuaian antara pelayanan yang diharapkan tertanggung dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh asuransi Jasindo. Keadaan tersebut menyebabkan turunnya pengguna asuransi kendaraan bermotor pada asuransi Jasindo, berikut adalah data keuangan yang didapatkan penulis dari tahun 2008 sampai 2012:

Tabel 1.5
Data Keuangan Premi
Asuransi Jasindo Bandung Ritel

(Rp.000)

Asuransi	2012	2011	2010	2009	2008
Pengangkutan	-	8.171	27.053	38.326	1.838,95
Kebakaran	4.738.600	3.483.400	3.863.329	3.581.902	182.829,12
Aviation	-	-	-	-	21.227,38
Engineering	324.472	248.300	281.436	211.017	4.241,46
Rangka kapal	3.971.220	4.030.971	1.753.917	211.961	2.378.945,42
KBM	35.417.250	37.789.350	38.452.106	35.134.681	28.068.938,90
Varia GA	19.128.308	20.366.695	17.907.445	16.816.313	8.558.154,28
Surety Bon	-	2.294.438	336.917	273.316	6.905.984,24
OIL&GAS	-	1.265.967	1.989.430	-	1.518.995,88

Sumber : Keuangan Jasindo Bandung Ritel

Dari Tabel 1.5 merupakan data keuangan asuransi Jasindo Bandung Ritel keseluruhan dari tahun 2008 sampai dengan 2012. Dapat dilihat pada tahun 2008 sampai tahun 2009 Premi Asuransi Kendaraan Bermotor naik hingga 25%. Pada tahun 2009 sampai tahun 2010 naik sebesar 0,09%. Pada tahun 2010 sampai tahun 2011 turun sebesar 0,01%, dan pada tahun 2012 turun sebesar 0,06%.

Penulis melakukan wawancara dengan Kepala Unit Marketing PT. Asuransi Jasa Indonesia, bahwa penurunan ini terjadi karena banyak indikasi, seperti persentasi produk kepada tertanggung kurang, proses klaim tidak cepat, pencairan klaim sangat lama, tidak diperpanjang kontrak asuransi karena memilih asuransi lain, dan lainnya. Beliau menyadari bahwa hal ini tidak bisa dibiarkan, dan kemungkinan adalah faktor umum seperti tertanggung yang lebih memilih perusahaan jasa asuransi lain, dan juga kualitas Jasindo yang masih kurang memuaskan tertanggung.

Semakin banyaknya perusahaan asuransi di Indonesia, maka Perusahaan PT. Asuransi Jasa Indonesia akan meningkatkan kualitas perusahaan, termasuk pada kualitas pelayanan di Jasindo yang dinilai oleh pelanggan masih kurang memuaskan dan menyebabkan turunnya pengguna asuransi di Jasindo. Dan tentunya berharap akan meningkatkan pengguna asuransi.

Setelah menyadari bahwa pentingnya kualitas pelayanan dalam hal untuk meningkatkan kepuasan tertanggung maka penulis melakukan penelitian dengan judul : ***“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TERTANGGUNG PT. ASURANSI JASA INDONESIA (Survey Pada Tertanggung Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel)”***

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia, khususnya Jasindo OTO adalah rendahnya tingkat kepuasan tertanggung terhadap

Pramestyo Achmad Septian, 2013

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TERTANGGUNG PT. ASURANSI JASA INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelayanan sehingga terjadi penurunan penjualan asuransi kendaraan. Penurunan kepuasan tertanggung ini adalah salah satunya diduga akibat kurangnya kualitas pelayanan, dimana petugas asuransi yang melayani calon tertanggung kurang maksimal dalam memberikan informasi-informasi penting, kurang jelas pada saat menjawab pertanyaan sehingga calon tertanggung masih merasakan keraguan untuk menggunakan jasa asuransi di Jasindo, sehingga tertanggung merasakan pelayanan di asuransi Jasindo tidak seperti yang tertanggung harapkan.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan tertanggung, Asuransi Jasindo terus berupaya untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Melalui dimensi *Reabilitas, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible* dimana dimensi-dimensi ini merupakan cara meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan kepuasan terhadap tertanggung.

Penulis melakukan penelitian pada seluruh tertanggung pada saat menerima pelayanan pada waktu pertama kali, sehingga penulis tidak melakukan penelitian pada tertanggung pada saat melakukan klaim, atau menuntut ganti rugi asuransi.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel menurut tertanggung.

2. Bagaimana gambaran tingkat kepuasan pada tertanggung di Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tertanggung Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel.
2. Untuk mengetahui gambaran tingkat kepuasan tertanggung di Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel.
3. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor Jasindo OTO Bandung Ritel terhadap kepuasan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Untuk pengembangan teori manajemen pemasaran mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan asuransi agar meningkatkan penjualan produknya melalui kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan kepuasan.