

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Industri asuransi di Indonesia meningkat dengan pesat, terutama ditandai dengan meningkatnya *Insurance Minded* masyarakat Indonesia yang mulai melirik Industri asuransi sebagai lembaga yang menjamin atau memberikan proteksi terhadap harta benda dan jiwa masyarakat yang menjadi nasabahnya. Walaupun banyak metode menangani resiko, namun asuransi merupakan metode paling banyak dipakai oleh masyarakat pada akhir dasawarsa ini. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung (nasabah) terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan. Disamping itu, usaha perasuransian sebagai salah satu lembaga keuangan di Negara kita menjadi penting peranannya karena dalam kegiatan perlindungan resiko, perusahaan asuransi mampu menghimpun dana masyarakat dari penerimaan premi. Perkembangan ekonomi memerlukan dukungan dana investasi dalam jumlah yang memadai. Pelaksanaanya harus berdasarkan pada kemampuan sendiri. Untuk itu diperlukan usaha pengerahan dana masyarakat. Peranan asuransi dalam pembangunan ekonomi nasional yang semakin meningkat membuat masyarakat semakin membutuhkan kehadiran industri perasuransian yang kuat dan dapat diandalkan.

Fungsi Primer asuransi adalah mengurangi kekhawatiran akibat ketidakpastian. Perusahaan asuransi tidak kuasa mencegah terjadinya kerugian-kerugian yang sifatnya tak terduga. Perusahaan asuransi tidak dapat mencegah kerugian-kerugian akibat kebakaran, banjir, kecelakaan lalu lintas dan lain-lain. Akan tetapi perusahaan asuransi dapat mengurangi ketidakpastian beban ekonomi dari kerugian yang tidak pasti itu. Misalnya pemilik Gedung dapat terbebas terbebas dari kekhawatiran bahaya kebakaran karena kerugian tersebut akan dijamin oleh asuransi. Asuransi juga akan

menjadi bagian dari setiap perusahaan . Investor proyek sipil misalnya akan lebih yakin penilaiannya terhadap proyek-proyek tertentu apabila semua resiko proyek tersebut yang mungkin suatu saat terjadi, dilindungi oleh asuransi. Dengan demikian secara umum keberadaan asuransi memberikan peran yang sangat besar terhadap perekonomian suatu negara. Kasus huru hara pada Mei tahun 1998 lalu membuktikan bahwa dengan adanya asuransi perekonomian Indonesia tidak terpuak dengan total akan tetapi dalam beberapa tahun cepat pulih. Hal ini karena pelaku-pelaku bisnis di Jakarta pada khususnya telah meng-asuransikan aset-aset nya pada saat pembakaran gedung dan pertokoan mereka.

Jumlah Perusahaan Asuransi di Indonesia di tahun 2011 tercatat ada 134 perusahaan terdiri dari 88 perusahaan asuransi umum dan 46 perusahaan asuransi jiwa. Total premi asuransi nasional tahun 2011 mencapai 128 trilyun rupiah . Dari total premi tersebut perusahaan asuransi umum membukukan 34 trilyun rupiah sedangkan asuransi jiwa membukukan 94 trilyun rupiah.¹

Khusus untuk Asuransi Umum, pertumbuhan premi sektor asuransi umum pada lima tahun terakhir (2005 – 2010) cukup pesat sebagaimana ditunjukkan dari perolehan premi bruto yang terus bertumbuh dari Rp.18.85 Trilyun pada tahun 2000 menjadi Rp. 35.06 Trilyun pada tahun 2010 atau tumbuh sebesar 17.70 % pertahun (Data Bapepam LK). Perkembangan industri asuransi umum juga diramaikan dengan jumlah perusahaan asuransi yang mengalami peningkatan, dari 52 perusahaan pada tahun 1977 menjadi 97 perusahaan pada tahun 2005.

Pada akhir tahun 2011 jumlah perusahaan asuransi umum yang beroperasi turun menjadi 85 perusahaan . Berdasarkan kepemilikan perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia terdiri dari ; 3 perusahaan milik negara, atau BUMN, 62 perusahaan swasta nasional, dan 20 perusahaan patungan atau jointventure (Majalah Investor, 2013).

¹ Darmawan, komang, 2013. Best Insurance Company 2013, Majalah Investor, Edisi XV/241, hal 53, Jakarta

Pasar asuransi umum di Indonesia memiliki karakteristik yang unik karena sebagian besar bersifat “captive” atau pasar eksklusif yang mayoritas dikuasai oleh sebagian besar perusahaan nasional milik kelompok usaha tertentu. Saat ini tercatat ada 10 besar perusahaan asuransi umum di Indonesia yang kesemuanya merupakan perusahaan asuransi berbasis Captive Market yaitu Sinar Mas, Jasindo, Astra Buana, Tugu Pratama, Central Asia, MSIG, Wahana Tata, Jaya Proteksi, dan Allianz dengan mengambil pangsa pasar nasional lebih dari 50% (27 Trilyun rupiah). Sisanya diperebutkan oleh 78 perusahaan asuransi umum lainnya.

Perusahaan asuransi di Indonesia ini memperoleh sebagian besar preminya dari perusahaan pendirinya (Captive Market). Dengan demikian pemicu pertumbuhan perusahaan yang mendominasi pangsa pasar di industri asuransi umum terutama adalah “Captive Exclusive Market Access” mereka. Struktur pasar industri ini relatif terpelihara dengan baik, sehingga sulit bagi perusahaan asuransi yang tidak memiliki akses pasar eksklusif menembus benteng pertahanan pesaing yang memiliki captive exclusive market access tersebut.

PT. Berdikari Insurance adalah perusahaan Asuransi yang didirikan tahun 1953 dengan nama sebelumnya PT. Asuransi Timur Jauh. Perusahaan ini sebenarnya memiliki pasar Captive Market seperti halnya Sinar Mas atau Astra Buana. Captive Market PT. Berdikari Insurance adalah Group Berdikari (Persero), sebuah group perusahaan milik BUMN yang bergerak di bidang Peternakan, Furniture, logistik dan Trading. Saat ini PT. Berdikari Insurance mempunyai 17 Kantor Cabang dan 5 Kantor Pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pendapatan Premi PT. Berdikari Insurance masih jauh tertinggal dibandingkan dengan perusahaan asuransi umum pada umumnya. Sebagai Contoh, pendapatan premi Asuransi Jasindo tahun 2010 sebesar 2.5 Trilyun Rupiah, sedangkan PT. Berdikari Insurance pada tahun yang sama membukukan premi sebesar 19.8 Milyar Rupiah. Dengan kata lain perusahaan membukukan pendapatan premi 0.78% dari pendapatan premi Asuransi Jasindo.

Di bawah ini Tabel 1.1 Pendapatan Premi perusahaan pada Tahun 2009-2013 .

TABEL 1.1
PENDAPATAN PREMI PT. BERDIKARI INSURANCE
2009 – 2013

NO.	Tahun	Pendapatan Premi (Milyar Rp)	Pertumbuhan (%)
1	2009	53.7	-
2	2010	19.8	(- 63.10)
3	2011	25.1	27.08
4	2012	27.5	9.35
5	2013	45.7	65.94

Sumber : Divisi IT PT. Berdikari Insurance

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pertumbuhan meningkat dengan tajam pada tahun 2012 ke 2013, hal ini disebabkan mulai 2012 ada investor masuk mengambil alih kepemilikan saham PT. Berdikari (Persero) sebanyak 75%. Seiring masuknya investor baru telah merubah pola kerja dari manajemen yang birokratif manajemen swasta yang lebih professional sehingga meningkatkan produktifitas kerja. Produktifitas kerja membuahkan hasil peningkatan pendapatan premi perusahaan,

Namun demikian apabila dibandingkan dengan premi asuransi umum secara nasional di tahun 2011 terlihat bahwa pendapatan premi PT. Berdikari Insurance adalah 25 Milyar rupiah sedangkan premi nasional di tahun yang sama sebesar 34 trilyun rupiah . Dengan kata lain PT. Berdikari Insurance hanya membukukan premi sebesar 0.05 % dari total premi nasional .

Kecilnya pendapatan premi asuransi PT. Berdikari Insurance menjadi masalah serius bagi perusahaan . Pendapatan premi yang kecil ini terkait dengan ketidak mampuan perusahaan menambah nasabah-nasabah baru dalam jumlah besar dan banyaknya nasabah yang tidak memperpanjang polis asuransinya di PT. Berdikari Insurance akibat kurang puasnya nasabah dalam hal pelayanan, Tarif Premi yang tidak kompetitif, dan citra perusahaan birokratif yang masih melekat pada budaya

kerja perusahaan. Nasabah-nasabah seperti PT. Garuda Indonesia, PT. Dirgantara Indonesia, PT. Merpati Nusantara, dan PT. Pupuk Sriwijaya , PT. PAL merupakan contoh nasabah-nasabah korporasi yang tidak lagi memperpanjang polis asuransinya di PT. Berdikari Insurance. Padahal kontribusi dari nasabah-nasabah tersebut nilainya sangat besar mencapai premi ratusan milyar rupiah sehingga sangat significant terhadap besaran pendapatan premi perusahaan asuransi umum.

Penanganan Klaim di industri asuransi merupakan masalah utama dalam hal sejauhmana kemampuan perusahaan memberikan proteksi yang aman terhadap nasabahnya. Pelayanan Klaim yang cepat dan akurat akan memberikan citra positif terhadap perusahaan. Sebaliknya, pelayanan Klaim yang bertele-tele akan memberikan image perusahaan yang kurang baik bagi nasabah.. Saat ini penanganan Klaim di PT. Berdikari Insurance masih terbilang lambat. Ketentuan Polis yang harus menyegerakan pembayaran Klaim paling lambat 45 hari masih banyak yang belum dilakukan oleh perusahaan . Hal ini umumnya disebabkan karena posisi Cash Flow perusahaan yang masih terbatas keberadaannya dan adanya kendala pembayaran klaim dari reasuransi (claim recovery) yang belum didapatkan recovery nya. Masalah-masalah dari segi pelayanan ini sebagaimana pada tabel di bawah ini.

TABEL 1.2
Masalah Pelayanan di PT. Berdikari Insurance

No.	Masalah	Standar Mutu
1.	Beberapa Nasabah mengeluhkan terhadap lambatnya penerbitan polis asuransi	Penerbitan Polis di perusahaan asuransi umumnya dalam satu hari sampai dengan 7 hari
2.	Beberapa Nasabah mengeluhkan penyelesaian pembayaran Klaim yang lama bahkan ada yang melebihi satu Tahun.	Penggantian Klaim sesuai ketentuan polis asuransi seharusnya tidak melebihi 45 hari
3.	Perusahaan tidak memiliki Call Centre sendiri sehingga menyulitkan nasabah untuk menyampaikan informasi bila Terjadi klaim atau menyampaikan keluhan	Perusahaan asuransi diwajibkan regulator untuk memiliki Call centre
4.	Peralatan kantor seperti computer, mesin printer dan lain-lain pada umumnya masih menggunakan peralatan lama yang sudah kurang layak pakai .	Peralatan kantor seperti computer merupakan peralatan vital dalam bisnis asuransi

Dari segi image perusahaan, beberapa nasabah kurang yakin dengan citra PT. Berdikari Insurance sebagai perusahaan yang dikelola secara professional dikarenakan terbatasnya tenaga ahli asuransi yang terlibat di dalamnya. Disamping itu citra perusahaan yang birokratif masih menempel di pikiran para nasabah mengingat perusahaan ini merupakan anak perusahaan BUMN. Masalah-masalah image perusahaan dapat dilihat di tabel di bawah ini .

TABEL 1.3
Masalah Citra Perusahaan PT. Berdikari Insurance

No.	Masalah	Standar Mutu
1.	Nasabah masih memandang PT. Berdikari Insurance masih terkait dengan perusahaan Negara yang birokratif yang kurang memperhatikan kecepatan pelayanan	Pengelolaan asuransi harus memperhatikan kecepatan dan ketepatan pelayanan
2.	Nasabah melihat keterbatasan tenaga ahli asuransi di PT. Berdikari Insurance sangat minim sehingga dirasakan tidak memiliki citra sebagai perusahaan professional	Setiap kantor cabang harus memiliki tenaga ahli asuransi bersertifikat. Saat ini tercatat baru 7 orang bersertifikat tenaga ahli asuransi.
3.	Kondisi Gedung Kantor pusat terlihat kurang di maintain dengan baik sehingga terlihat kurang tertata tidak memberikan kesan sebagai tempat yang nyaman buat nasabah yang datang ke kantor	Gedung ini didirikan tahun 1972. Harus ada perbaikan dan pengembangan gedung.

Dari sisi penerapan tarif premi asuransi, PT. Berdikari Insurance cenderung menerapkan tarif premi asuransi yang kurang bersaing. Penerapan tarif premi lebih melihat dari sisi okupasi (jenis usaha) nasabah ketimbang Loss Experience (pengalaman klaim) beberapa tahun ke belakang atau Risk and Loss Profile dari objek yang diasuransikan. Padahal untuk jenis usaha yang berkatagori high risk seperti pabrik tekstil, pabrik plastic dan sejenisnya tidak perlu diberikan tarif premi yang tinggi bila data statistik perusahaan yang dimiliki nasabah tersebut mempunyai loss experience yang sangat kecil atau sangat jarang terjadi kecelakaan/kerugian dilihat dari riwayat perusahaannya.

Akibat dari kurang kompetitif tarif premi yang dipasarkan mengakibatkan polis-polis asuransi banyak yang tidak diperpanjang oleh nasabahnya. Tahun 2008 tercatat pemegang polis asuransi sebanyak 16.000. Namun pada tahun 2009 nasabah yang memperpanjang polis asuransinya menurun menjadi sebesar 11.000 polis dan di tahun 2010 terjadi penurunan lagi menjadi 8.000 polis.

Masalah tariff premi yang tidak kompetitif ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 1.4
Masalah Tarif Premi di PT. Berdikari Insurance

No.	Masalah	Standar Mutu
1.	Banyak nasabah yang masih memandang perusahaan tidak memberikan tarif premi yang kompetitif terutama untuk nasabah-nasabah yang akan memperpanjang polis asuransinya	Nasabah yang memperpanjang polis minimum 80% dari jumlah existing.
2.	Perusahaan tidak memberikan insentif –insentif tambahan untuk nasabah yang akan memperpanjang polis asuransinya	Umumnya perusahaan asuransi memberikan insentif tambahan untuk menarik minat nasabah memperpanjang polis seperti diskon, mem-berikan No Claim Bonus dan lain-lain

Berdasarkan informasi tersebut sampai saat ini perusahaan banyak mendengar keluhan-keluhan nasabah yang merasa kurang puas . Padahal kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan terhadap suatu produk barang/jasa yang dapat memenuhi harapannya². Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang terpenting adalah persepsi pelanggan dan bukan hal yang aktual. Bisa saja mutu pelayanan yang diberikan secara ackual, produknya mempunyai potensi untuk

²irawan, 2001.Prinsip Kepuasan pelanggan.Penerbit Elex Media Kompetindo. Jakarta

memenuhi harapan pelanggan, akan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan berbeda dengan yang diinginkan produsen atau pemberi jasa. Hal ini dapat terjadi karena adanya kesenjangan berkomunikasi antara produsen dan pelanggannya.

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa proteksi resiko dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang baik demi kepuasan nasabahnya dari resiko-resiko yang tidak pasti di masa akan datang. Keputusan nasabah untuk membeli polis asuransi dipengaruhi oleh pelayanan perusahaan asuransi mulai dari penerbitan polis sampai penanganan klaim sehingga dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan bagi nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian akan dilakukan dengan mengambil kasus di PT. Berdikari Insurance dengan mengambil topik “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Tarif Premi Asuransi terhadap Kepuasan Pelanggan .“.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT. Berdikari Insurance, yaitu:

1. Pendapatan Premi Asuransi sangat kecil karena nasabah yang membeli Polis asuransi tidak mendapatkan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan, sehingga mereka banyak yang tidak memperpanjang polis asuransinya yang jatuh tempo.
2. Nasabah yang membeli polis asuransi merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan PT. Berdikari Insurance mulai dari penerbitan Polis sampai pengurusan Klaim.
3. Secara keseluruhan citra perusahaan masih dinilai kurang baik karena masih melekat image manajemen yang birokratif dan kurang profesional.
4. Penerapan tarif yang masih tinggi dibandingkan dengan perusahaan asuransi lain sehingga dirasakan nasabah kurang kompetitif.
5. Nasabah merasakan fasilitas kantor kurang terawat baik sehingga kurang menarik untuk dikunjungi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka batasan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peran kualitas pelayanan di PT. Berdikari Insurance dalam memberikan kepuasan bagi nasabah
2. Citra perusahaan yang positif dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah yang membeli polis asuransi
3. Penerapan tarif premi yang kompetitif dapat memberikan kepuasan pada nasabah dalam membeli polis asuransi.

1.4 Perumusan Masalah

Penelitian ini disusun secara sistematis sesuai dengan lingkup batasan pembahasan, mulai dari hal yang bersifat umum sampai ke hal yang bersifat khusus, berdasarkan analisa terhadap data dan fakta yang terjadi di PT. Berdikari Insurance. Perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan, citra perusahaan, tarif premi, dan kepuasan pelanggan di PT. Berdikari Insurance ?
1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tarif premi, terhadap kepuasan pelanggan di PT. Berdikari Insurance ?
2. Bagaimanakah urutan tingkat pentingnya variabel independen kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tarif premi di PT. Berdikari Insurance ?

1.5 Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengukur tingkat kualitas pelayanan, citra perusahaan, tarif premi, dan kepuasan pelanggan di PT. Berdikari Insurance.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tarif premi, terhadap kepuasan pelanggan di PT. Berdikari Insurance.

3. Mengidentifikasi urutan tingkat pentingnya variabel independen kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan tarif premi di PT. Berdikari Insurance

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan penelitian :

1. Bagi perusahaan PT. Berdikari Insurance, penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu evaluasi dan menjadi feed back yang bermamfaat dalam pelaksanaan rencana strategic perusahaan ke depan.
2. Bagi Penulis, Sebagai upaya menambah wawasan dalam ilmu manajemen marketing.
3. Di bidang akademis sebagai ilmu pengetahuan dalam rangka pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu riset pemasaran berikutnya.