

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Menurut (Agus, 2018) persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Menurut (Hendrison & Husda, 2020) industri asuransi di Indonesia dinilai berkembang sangat pesat, dimana perusahaan-perusahaan asuransi baru saling bermunculan sementara perusahaan asuransi yang sudah lama berdiri terus mengembangkan usaha yang telah ada. Secara tidak langsung persaingan perusahaan-perusahaan asuransi menjadi semakin ketat sehingga perusahaan asuransi berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk memberikan kepuasan bagi

nasabahnya. Kepuasan tersendiri bagi nasabah akan diperoleh dari kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan. Karena setiap nasabah memiliki perbedaan keinginan atau kebutuhan yang diharapkan maka kepuasan nasabah secara pribadi sangat sulit dicapai. Perhatian akan kebutuhan serta kepuasan atas kualitas pelayanan menjadi faktor keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan antar perusahaan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan dan memberikan sesuatu yang berbeda sehingga dapat memberikan kesan yang mendalam bagi nasabah yaitu dengan memberikan kepuasan melalui kualitas jasa yang baik.

Kepuasan nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan agar terciptanya loyalitas nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap setiap menjadi nasabah dari perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah dapat diraih dengan adanya pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah atau bahkan melebihi dari harapan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. (Agus, 2018). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi, dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat

kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan asuransi suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan, sehingga nasabah akan tetap menggunakan jasa perusahaan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan. Kualitas pelayanan dapat diartikan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta penempatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa asuransi, kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan, untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya untuk selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah PT AJ Central Asia Raya untuk mencapai kepuasan dari nasabah.

Lupiyoadi (2014) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan yaitu tingkatan di mana anggapan kepuasan penggunaan produk akan

sesuai dengan harapan seorang konsumen, bila kepuasan penggunaan produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan konsumen, maka pembelinya akan merasa tidak puas. Sebaliknya bila penggunaan produk sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pembelinya akan merasa puas. Kepuasan pelanggan sebagai perbedaan antara harapan dan penggunaan atau hasil yang diharapkan maksudnya bahwa kepuasan konsumen tercipta jika konsumen merasakan output atau hasil penggunaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan dari pelanggan. Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi, jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas (Kotler, P., & Keller, 2016). Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendrisson & Husda, 2020) dan (Karmi, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PT AJ Central Asia Raya masih belum dapat memenuhi dimensi dari kualitas jasa tersebut salah satunya dalam pelayanan, proses klaim asuransi dirasakan nasabah kurang tepat waktu dari tanggal yang dijanjikan oleh pihak perusahaan sehingga membuat nasabah harus datang langsung ke perusahaan. Dalam hal ini akan menyebabkan banyak waktu yang terbuang untuk nasabah yang sibuk. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku nasabah yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia terdiri dari berbagai macam budaya sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Perusahaan asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan nonbank yang bergerak dalam bidang jasa dan dapat dijadikan sebagai salah satu pilar perekonomian di Indonesia, karena perkembangan perusahaan asuransi dapat memberikan pengaruh pada kondisi dan pertumbuhan ekonomi baik dibidang perdagangan maupun jasa. Kebutuhan akan jasa perasuransian makin dirasakan baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga baik dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian atau resiko atas harta benda yang dimiliki (Darmawi, 2001).

Dalam bidang asuransi jiwa objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada PT AJ central Asia Raya (CAR Life Insurance) Jakarta dipilih karena perusahaan ini sudah berdiri dari tahun 1975 sampai sekarang, perusahaan ini masih beroperasi dan dianggap telah memiliki nasabah yang loyal atau sudah menggunakan jasanya sejak puluhan tahun lalu. Selain itu, peneliti sebelumnya pernah melaksanakan magang dan melakukan observasi awal mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai atau tidak dengan harapan yang diinginkan oleh setiap nasabah. Didukung dengan pernyataan yang disampaikan oleh pihak perusahaan bahwa pada masa pandemi covid 19 ini jumlah nasabah memiliki perbedaan akibat dari menurunnya pendapatan sehingga nasabah tidak bisa membayar preminya. Selain itu keterbatasan pegawai dalam memasarkan produk asuransi dikarenakan adanya himbauan dari pemerintah untuk melakukan Physical Distancing salah satunya dengan menunda atau menghentikan sementara berbagai aktivitas seperti di sekolah, kantor pemerintahan maupun

swasta, restoran, pusat perbelanjaan, izin acara-acara keramaian, dan lainnya. Dalam menyikapi hal tersebut, PT AJ Central Asia Raya (CAR Life Insurance) berupaya mempertahankan nasabah untuk tetap bisa menggunakan jasa perusahaan dengan terus fokus dalam pengembangan digitalisasi pada layanannya. Pasalnya, pengadopsian teknologi pada industri asuransi, juga menjadi nilai tambah bagi perusahaan asuransi. Dengan pengaplikasian digital, akan membuka pintu bagi para nasabah yang selama ini belum atau tidak mampu terangkul oleh industri asuransi.

CAR Life Insurance memandang teknologi digital merupakan hal penting untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Perubahan perilaku masyarakat pun juga harus diperhatikan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. CAR Life Insurance terus meningkatkan produk dan layanan berbasis teknologi dengan memberikan experience terbaik bagi pelanggan. CAR Life Insurance melakukan transformasi layanan digital dari mulai hulu hingga hilir, yakni mulai dari informasi dan pembayaran produk, pengajuan klaim, hingga monitoring status pengerjaan klaim. Menyikapi hal tersebut, PT AJ Central Asia Raya (CAR Life Insurance) bekerjasama dengan marketplace produk keuangan Cermati.com melalui Cermati Protect memasarkan asuransi kesehatan secara digital. Kerjasama ini merupakan kerjasama strategis dengan tujuan mendorong peningkatan inklusi keuangan oleh pemerintah melalui penyediaan kemudahan akses mendapatkan asuransi kesehatan secara online, cepat dan aman di era pandemi Covid-19 saat ini. Meskipun dalam beberapa kasus masih memerlukan tanda tangan cap basah, perusahaan mengantisipasi dengan menerapkan protokol kesehatan yang sangat ketat yaitu dengan memastikan petugas yang menangani serta nasabah dalam

keadaan sehat, memakai masker, menggunakan face shield, mencuci tangan dan melakukan cek suhu sebelum masuk ke area perusahaan, serta tidak melakukan kontak fisik. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui upaya-upaya yang diterapkan perusahaan pada masa pandemi covid 19 ini memberikan respon positif atau negatif terhadap kepuasan nasabahnya.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19**”

1.2 Perumusan masalah

Penelitian dilakukan di PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya. Pada masa pandemi covid 19 perusahaan ini mengalami penurunan jumlah nasabah akibat dari menurunnya pendapatan sehingga nasabah tidak bisa membayar dan menyebabkan nasabah menghentikan premi asuransinya. Anjuran pemerintah untuk menjaga jarak dan menerapkan pembatasan sosial berskala besar mengharuskan perusahaan menerapkan Work from Home (WFH) yang menyebabkan pelayanan kepada nasabah menjadi terbatas serta menghambat perusahaan dalam memasarkan produk asuransinya. Akan tetapi untuk mencari dan mempertahankan nasabah, maka perusahaan berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan berinovasi menciptakan pelayanan digital yaitu cermati protect yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pada masa pandemi untuk bisa bertahan dalam kompetisi bisnis. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui upaya-upaya yang

diterapkan perusahaan pada masa pandemi covid 19 ini memberikan respon positif atau negatif terhadap kepuasan nasabahnya.

1.3 Pertanyaan penelitian

- 1.3.1 Bagaimana gambaran kepuasan nasabah di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19?
- 1.3.2 Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19?
- 1.3.3 Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19?

1.4 Tujuan penelitian

1.4.1 Tujuan Bivariat

- 1.4.1.1 Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19.

1.4.2 Tujuan Univariat

- 1.4.2.1 Untuk mengetahui gambaran kepuasan nasabah di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19.
- 1.4.2.2 Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan di PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penyebab kepuasan nasabah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

1.5.2 Bagi Instansi Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan sumber informasi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Bagi Tempat Penelitian

Sebagai gambaran informasi tentang kepuasan yang diterima oleh nasabah PT AJ Central Asia Raya pada masa pandemi covid-19, sehingga dapat digunakan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk menambah dan mempertahankan nasabah.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. AJ Central Asia Raya. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah yang sudah memiliki premi kesehatan lebih dari satu tahun. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli - Oktober 2021. Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya penurunan nasabah pada saat masa pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan oleh adanya himbauan dari pemerintah untuk melakukan Physical Distancing salah satunya dengan menunda atau menghentikan sementara berbagai

aktivitas, sehingga pegawai mengalami keterbatasan dalam memasarkan produk asuransi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan cara memberikan kuesioner secara online menggunakan google form karena situasi pandemi covid 19 sesuai arahan pemerintah untuk menerapkan social distancing dan menghindari kerumunan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan cross-sectional.