

Kualitas Pelayanan pada PT.Asuransi Asei Indonesia Kantor Cabang Medan

Lesdiana Margaretha¹, Sri Eka Wulandari^{2*}

^{1,2}Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Medan, Medan, Indonesia

Email: ¹Lesdianasng@gmail.com, ^{2*}wulan@plm.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting untuk diterapkan agar memberi kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan nasabah pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan *uji analisis importance performance analysis* (IPA), Penyebaran kuesioner dalam penelitian menggunakan sampel sebanyak 45 responden dari total jumlah nasabah sebanyak 80 orang menggunakan 5 (lima) Indikator yaitu, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kinerja secara keseluruhan dalam kriteria sangat baik dengan rata – rata nilai > 0.80, meskipun jika ditinjau berdasarkan analisis kuadran masih terdapat atribut yang kualitas pelayanannya masih kurang yaitu janji layanan yang terletak pada kuadran I (satu). Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas atas kualitas pelayanan yang telah diberikan, namun tetap diperlukan adanya perbaikan kualitas pelayanan khususnya untuk janji layanan dan untuk pelayanan yang sudah sangat baik diharapkan tetap terus dipertahankan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

1. PENDAHULUAN

Pelayanan yang berkualitas merupakan bentuk tindakan nyata yang diterapkan oleh perusahaan jasa, khususnya jasa asuransi yang menjual produk *intangible* guna memberikan kepuasan nasabah. Memperhatikan setiap tindakan – tindakan dalam memberikan sentuhan pendekatan kepada nasabah untuk memberikan kesesuaian antara harapan nasabah dan kinerja pelayanan merupakan hal yang penting dilaksanakan oleh perusahaan jasa asuransi untuk menjaga keberlanjutan kepercayaan nasabah terhadap performa perusahaan dan menghindari potensi yang berakibat pada kecewanya nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan serta tidak beralih dalam menginvestasi keuangan pada perusahaan jasa asuransi lainnya. Kotler & Keller menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan yang kuat, pada konsumen untuk membentuk suatu hubungan yang baik dengan badan usaha [1]. Dengan adanya kualitas pelayanan yang sangat baik terhadap konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan dari masyarakat terhadap suatu perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu pelayanan perusahaan, akan melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan/ membeli jasa/ barang tersebut [2]. Menurut penelitian tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. dapat dilihat dari hasil analisis dan pembahasan Pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan pelanggan [3]. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji koefisien korelasi, hasil uji koefisien determinasi hasil yang diperoleh cukup besar dan signifikan pengaruhnya sehingga makna kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas, walaupun kepuasan pelanggan masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk menghindari ketidaksesuaian antara harapan dan layanan yang diperoleh nasabah, perusahaan dapat melakukan pemetaan berdasarkan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan nasabah pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan melalui 5 (Lima) faktor dominan atau SERVQUAL menurut Solomon, Michael. R [4] yaitu : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*. Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kesenjangan antar kenyataan dan harapan yang diterima oleh pelanggan [5]. Menurut Nelwan et.al. pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu [6]. Pelayanan yang berkualitas memberikan peluang bagi perusahaan untuk terus mengembangkan usahanya secara terus menerus, Rizkillah, et.al. [7] menyatakan pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas konsumen, karena pelayanan menjadi faktor utama seseorang menjalin hubungan erat, bukan hanya sekedar melayani namun untuk membangun kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis Kuantitatif dengan perhitungan yang diperoleh melalui nilai rata-rata langsung dari penyebaran kuesioner kepada nasabah pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dengan jumlah 80 nasabah. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*, jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sehingga

diperoleh sampel sebanyak 45 responden dengan asumsi nilai kesalahan (e) = 10 %. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Definisi Operasional Indikator dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Definisi Operasional Indikator

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Skala
Kualitas Pelayanan	Kehandalan (<i>Reability</i>)	Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat.	Likert
	Daya Tangkap (<i>Responsivitas</i>)	Kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan untuk memberikan layanan dengan tanggap.	Likert
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, memastikan jasa yang diberikan bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.	Likert
	Empati (<i>Empathy</i>)	Memahami masalah konsumen dan bertindak serta memberikan perhatian personal.	Likert
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi	Likert

Pengujian instrumen dalam penelitian melalui Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen, Menurut Sugiyono [8] uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang dicantumkan dalam angket sudah layak untuk digunakan sehingga menghasilkan data yang akurat sesuai dengan ukuran tujuannya. Jika valid instrumen tersebut maka dapat digunakan Uji reliabilitas variabel penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 Arikunto, [9] Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk membandingkan dan menganalisis sejauh mana kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan [10]. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor harapan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai.

Tabel 2 Analisis Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Kuadran 1	Kuadran 2
Kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya.	Kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya.
Kuadran 3	Kuadran 3
Kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.	Kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 . *Importance Performance Analysis* (IPA)

Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja kualitas pernyataan-pernyataan yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor harapan Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan:

$$Tki = \frac{Xi}{Xii} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : Tingkat Kesesuaian

Xi : Skor Penilaian Kinerja

Xii : Skor Penilaian Harapan

Tabel 3 Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja

No Pernyataan	Tingkat Harapan Xi	Tingkat Kinerja Xii	Tingkat Kesesuaian Tki (%)
X 1	4.60	4.5	9.1
X 2	4.42	4.3	8.72
X 3	4.24	4.2	8.44
X 4	4.31	4.2	8.51
X 5	4.24	4.2	8.44
X 6	4.24	4.2	8.44
X 7	4.31	4.3	8.61
X 8	4.35	4.4	8.75
X 9	4.50	4.5	9.0
X 10	4.42	4.4	8.82
X 11	4.31	4.3	8.61
X 12	4.42	4.4	8.82
X 13	4.31	4.3	8.61
X 14	4.17	4.1	8.37
X 15	4.20	4.2	8.40
X 16	4.35	4.3	8.75
X 17	4.31	4.3	8.61
X 18	4.24	4.2	8.44
X 19	4.28	4.3	8.58
X 20	4.35	4.4	8.75

Berdasarkan Tabel 3.1. menunjukkan Secara keseluruhan kualitas pelayanan Pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan berada pada kategori sangat baik karena memenuhi kriteria penilaian > 0.80.

Tabel 4 Tingkat Kesesuaian Setiap Indikator Berdasarkan Kriteria

No. Atribut	Pernyataan	Skor	Kriteria
X 1	Lingkungan Kantor yang bersih	9.1	sangat baik
X 2	Kelengkapan Formulir dan Alat Tulis Bagi Nasabah	8.72	sangat baik
X 3	Asuransi Asei memiliki ruang tunggu yang cukup dan nyaman buat nasabah	8.44	sangat baik
X 4	karyawan memberikan senyuman saat melayani nasabah	8.51	sangat baik
X 5	kesiapan petugas / staf dalam melayani nasabah	8.44	sangat baik
X 6	karyawan menerima dan melayani calon nasabah dengan baik	8.44	sangat baik
X 7	karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti nasabah	8.61	sangat baik
X 8	komunikasi yang baik dilakukan karyawan terhadap nasabah	8.75	sangat baik
X 9	karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah	9.0	sangat baik
X 10	karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan nasabah dengan baik	8.82	sangat baik
X 11	karyawan asuransi aseil mengerti apa yang dibutuhkan nasabah	8.61	sangat baik
X 12	karyawan membuat nasabah nyaman saat berada di kantor asuransi	8.82	sangat baik
X 13	karyawan bertanggung jawab atas komplain setiap nasabah	8.61	sangat baik
X 14	PT. asuransi aseil kc medan memberikan layanan seperti yang dijanjikan	8.37	sangat baik
X 15	Karyawan bersikap jujur dalam penjaminan asuransi	8.40	sangat baik
X 16	Karyawan memberikan pelayanan yang aman dan sopan terhadap nasabah	8.75	sangat baik
X 17	Nasabah mendapatkan perhatian yang individu dalam penyampaian layanan di asuransi aseil	8.61	sangat baik
X 18	karyawan asuransi aseil memiliki keahlian dan kompetensi sesuai dengan tugas mereka	8.44	sangat baik
X 19	karyawan memiliki sikap peduli kepada nasabah saat proses penjaminan asuransi kebakaran	8.58	sangat baik
X 20	karyawan bersikap ramah dalam proses melayani nasabah	8.75	sangat baik

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3.2 diatas secara keseluruhan kualitas pelayanan pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan sudah berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari kategori “sangat baik” pada setiap indikator

3.2. Analisis Kuadran

Analisis Kuadran yaitu menghitung rata-rata penilaian tingkat harapan dan tingkat kinerja (*performance*) yang paling penting untuk setiap atribut yaitu sebagai berikut:

Gambar 1 Kuadran Importance Performance Analysis

Kuadran I Prioritas Utama Nomor Atribut : 14	Kuadran II Pertahankan Prestasi Nomor Atribut 1,2, 8, 9, 10, 12, 16, 20, 3, 4, 5, 6, 7, 11, 13, , 15, 17, 18, 19
Kuadran III Prioritas Rendah Nomor Atribut : 0	Kuadran IV Berlebihan Nomor Atribut : 0

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang sudah diterapkan pada PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan, hal ini terlihat berdasarkan Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja 5 (lima) Indikator yaitu, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik rata – rata bernilai > 0.80. Indikator kesesuaian tertinggi terletak pada pernyataan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah dengan nilai 9.0 kategori sangat baik, namun jika ditinjau berdasarkan analisis kuadran untuk melihat performa setiap atribut yang dianggap penting bagi nasabah terlihat adanya pernyataan yang termuat pada kuadran I berisi pernyataan yang dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya terlihat kurang memuaskan yaitu terlihat pada pernyataan PT. asuransi aseki kc medan memberikan layanan seperti yang dijanjikan. sehingga ditemukan implementasi janji layanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan dan diharapkan hal ini dapat menjadi perhatian PT. Asuransi Asei Indonesia Kc Medan untuk dapat melakukan optimalisasi meningkatkan kualitas pelayanann secara menyeluruh. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa meskipun secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas atas kualitas pelayanan yang telah diberikan namun tetap diperlukan adanya perbaikan kualitas pelayanan khususnya untuk janji layanan dan untuk pelayanan yang sudah sangat baik diharapkan tetap terus dipertahankan.

REFERENCES

- [1] S. Lonardi, W. P. Lan, F. A. M. Hutabarat, N. Nugroho, and S. Supriyanto, “Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee Di Politeknik Cendana,” *J. Bus. Econ. Res.*, vol. 2, no. 3, pp. 80–85, 2021, doi: 10.47065/jbe.v2i3.955.
- [2] J. C. J. Situmorang, F. A. M. Hutabarat, W. P. Lan, N. Nugroho, and L. Lisa, “Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride,” *J. Econ. Account.*, vol. 2, no. 2, pp. 51–54, 2021.
- [3] H. N. M. Rohaeni, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Heni,” *J. Ecodemica*, vol. 2, no. 2, pp. 83–96, 2018, doi: 10.21070/jkmp.v1i1.429.
- [4] A. K. Weinstein, *Consumer Behaviour*. 2021.
- [5] N. Nugroho, Yuliana, and F. A. M. Hutabarat, “Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Politeknik Di Kota Medan,” *J. E-Bis*, vol. 5, no. 1, pp. 278–286, 2021, doi: <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i1.773> Info.
- [6] N. Prayogo, F. A. M. Hutabarat, N. Nugroho, and E. S. Ciamas, “Tingkat Kepuasan Klien di Mitra Sahabat Utama Selama Covid-19,” in *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI) SENSASI 2021*, 2021, pp. 439–444.
- [7] A. Rizkillah, S. Suryani, and R. Rahmawati, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe,” *Mbia*, vol. 19, no. 1, pp. 87–96, 2020, doi: 10.33557/mbia.v19i1.866.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi 20. Bandung: C.Alfabeta Ed, 2016.
- [9] Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [10] R. Khair and M. Mustafid, “Sistem E-Career Perguruan Tinggi Berbasis Android (Start Up Application),” *Teknovasi*, vol. 3, no. 2, pp. 32–50, 2016.