

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian sangat pesat dan ketat, maka perusahaan yang besar maupun kecil selalu menjaga dan meningkatkan pelayanannya. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mengembangkan perekonomian dan menyesuaikan diri dengan lingkungan diluar perusahaan yang sudah berkembang.

Untuk mengutamakan kepuasan nasabah, perusahaan bisa memberikan perhatian dengan memberikan pelayanan lebih kepada nasabah. Menurut Daryanto (2011) “untuk dapat mewujudkan loyalitas pelanggan yang dibutuhkan perusahaan adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Konsep loyalitas merupakan konsep dasar yang memahami hubungan pemasaran”. Karena pada hakekatnya loyalitas berkaitan dengan faktor internal dalam setiap diri perusahaan.

Dalam kondisi persaingan sekarang yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan adalah kepuasan, supaya pelanggan dapat bertahan, bersaing dan dapat menguasai pangsa pasar. Salah satu cara untuk pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat yaitu dengan promosi, serta meningkatkan pelayanan sebaik mungkin dan memberikan kinerja yang semaksimal mungkin sehingga konsumen akan merasa puas.

Terciptanya kepuasan nasabah memberikan manfaat dalam keberhasilan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Upaya untuk mewujudkan kepuasan nasabah secara menyeluruh memang tidak mudah, dikarenakan nasabah yang dihadapi saat ini berbeda dengan nasabah yang lalu. Kotler (2009:140) mengemukakan banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Kepuasan pelanggan yang diperoleh dari pengalaman langsung memberi efek keyakinan yang besar.

Dalam menghimpun dana dari masyarakat, lembaga asuransi tidak bisa hanya menunggu tetapi harus memburu sumber dana itu dan berusaha menariknya dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk menjembatani komunikasi antara produsen dan konsumen diantara permintaan dan penawaran.

Perusahaan atau lembaga asuransi harus mengadakan komunikasi atau promosi dengan calon *klien*. Karena promosi merupakan kunci keberhasilan dalam penyampaian produk dan jasa kepada calon *klien*. Sehingga dari situ akan memikat daya tarik nasabah terhadap produk yang diberikan oleh pihak asuransi. Selain itu pelayanan asuransi juga sangat penting karena bisa memberikan kepuasan kepada nasabah.

Menurut KUHD pasal 246 disebutkan bahwa "asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk penggantian kepadanya karena suatu kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tentu".

Dalam masyarakat modern seperti sekarang ini, produk asuransi tergolong produk yang kurang menarik perhatian masyarakat di Indonesia. Hal ini disebabkan karena minimnya kepercayaan masyarakat Indonesia akan asuransi. Minimnya kepercayaan masyarakat disebabkan oleh banyaknya pengalaman buruk yang dirasakan oleh para nasabah baik itu perilaku agen yang tidak menyenangkan, kesulitan klaim, maupun penipuan oleh perusahaan asuransi yang tidak jelas.

Salah satu perusahaan asuransi nomer satu di Indonesia adalah PT. Prudential *Life Assurance* (Prudential Indonesia). Prudential merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari Grup yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa. Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia (www.prudential.co.id).

Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa patungan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor

S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008. Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007 (www.prudential.co.id).

Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya (www.prudential.co.id).

Penelitian ini dilakukan di PT. Prudential *Life Assurance* (Prudential Indonesia) Surabaya dengan judul “**ASPEK KEPUASAN NASABAH ASURANSI PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG SURABAYA**)”.

1.2 Penjelasan Judul

1. Aspek

Pengertian aspek adalah suatu pandangan jauh ke depan atau pandangan bagaimana jangkauan yang akan terjadi pada masa depan (Redaksi Karya Anda, *Kamus Internasional*, (Surabaya : Karya Anda, t.th), hal. 35).

2. Kepuasan

Tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Seseorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

3. Nasabah

Menurut Kasmir (2008:230) nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas etika dengan tidak merendakan derajat orang itu sendiri.

4. Asuransi

Menurut KUHD pasal 246 disebutkan bahwa "asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk penggantian kepadanya karena suatu kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tentu".

5. PT. Prudential Life Assurance Surabaya

PT. Prudential Life Assurance Surabaya adalah lembaga keuangan non bank di Surabaya yang merupakan tempat dimana penulis melakukan penelitian serta pengamatan untuk Tugas Akhir.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah berdasarkan manfaat asuransi yang diberikan PT. Prudential *Life Assurance* Surabaya?"
- b. Apa saja hambatan dan permasalahan yang muncul pada nasabah asuransi PT. Prudential *Life Assurance* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah berdasarkan manfaat asuransi yang diberikan PT. Prudential *Life Assurance* Surabaya.
- b. Untuk mengetahui hambatan atau permasalahan yang muncul pada nasabah PT. Prudential *Life Assurance*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi

Sebagai suatu masukan yang dapat dipertimbangkan dalam hal mengambil kebijakan dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan pengetahuan dan sarana informasi pengetahuan mengenai kepuasan nasabah PT. Prudential *Life Assurance*.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai tingkat kepuasan nasabah PT. Prudential *Life Assurance*. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.

1.6 Metode Penelitian

1. Teknik Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses penelitian untuk memahami subjek dengan langsung melakukan observasi maupun wawancara terkait dengan kepuasan nasabah asuransi Prudential..

2. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

1. Observasi

Penulis melakukan observasi dengan melihat, mencatat dengan teliti atas kegiatan yang sedang diteliti serta mengamati secara langsung terhadap pihak-pihak yang sudah menjadi nasabah asuransi Prudential Surabaya..

2. Wawancara (*interview*)

Penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, wawancara dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara yang terstruktur yaitu dengan menyusun daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum proses wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang berkaitan dengan pembahasan, yaitu kepuasan nasabah asuransi Prudential. Wawancara yang dilakukan bersifat terbuka dimana responden diberi kesempatan untuk menjawab dan dapat berkembang lebih lanjut serta dapat disesuaikan dengan situasi yang ada.

b. Data Sekunder

Penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Data atau informasi dari instansi-instansi terkait dengan penelitian, antara lain : Buku, jurnal, artikel, makalah, dan karya ilmiah lainnya yang berisi tentang informasi pendukung dan pelengkap data primer.