

**ASPEK KEPUASAN NASABAH ASURANSI PT.  
PRUDENTIAL *LIFE ASSURANCE*  
CABANG SURABAYA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Diploma 3  
Program Studi Perbankan Dan Keuangan



Oleh :

**PRATIKA SARI**  
**NIM : 2015110842**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2018**

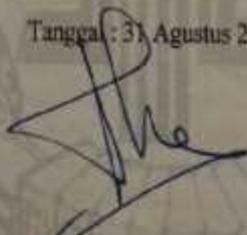
## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Pratika Sari  
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 11 Maret 1998  
N.I.M : 2015110842  
Program Studi : Perbankan dan Keuangan  
Program Pendidikan : Diploma 3  
Judul : Aspek Kepuasan Nasabah Asuransi PT.  
*Prudential Life Assurance Cabang Surabaya*

Disetujui dan diterima baik oleh :

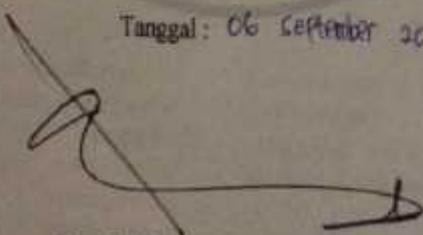
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 31 Agustus 2018

  
Dr. Sudjarno Eko Supriyono, MM

Ketua Program Studi Diploma 3,

Tanggal : 06 September 2018

  
Dr. Ec. Mochammad Farid, MM

**ASPECT OF CUSTOMER ASSURANCE PT. PRUDENTIAL  
LIFE ASSURANCE BRANCH SURABAYA**

**PRATIKA SARI**

2015110842

[2015110842@students.perbanas.ac.id](mailto:2015110842@students.perbanas.ac.id)

STIE Perbanas Surabaya

**DRS. SUDJARNO EKO SUPRIONO, M.M**

STIE PERBANAS SURABAYA

Email : supriono @perbanas.ac.id

Wonorejo Timur 16 Surabaya

**ABSTRACT**

*The level of customer satisfaction is strongly influenced by the performance and commitment of the agent who melayni. When the agents and clients are closer together, the agent will be trusted by the customer. The development of the life insurance industry also reflects one's concern for family and neighbor. Manpower is one important factor that must be considered by the company in order to achieve its objectives. Here in demand the ability of the company in managing human resources as a company's operational executive power to produce efficiency and results in every company's activities. There are five dimensions that determine emotional intelligence, namely: the understanding of self potential, the ability to cultivate self potential, the spirit of achieving the target, the ability to understand the feelings and needs of others and the ability to understand the feelings and needs of others and the ability to adapt and influence others. The potential of intelligence needs to be continuously explored, trained and applied in everyday life. The method used to conduct this research is qualitative method in the form of questionnaire. In this study using primary data, where data are collected directly by research from data sources. Primary data is data collected.*

*Keyword : Level of satisfaction, agent*

**PENDAHULUAN**

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](http://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](http://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](http://www.prudential.co.id)).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Asuransi

Pengertian asuransi menurut Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) menurut ketentuan Pasal 246, asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian dengan mana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin terjadi karena suatu peristiwa tak tertentu. Tertanggung adalah istilah bagi badan yang menyalurkan risiko dan badan yang menerima risiko disebut penanggung. Perjanjian antara kedua badan ini disebut kebijakan. Kebijakan adalah sebuah kontrak legal yang menjelaskan setiap istilah dan kondisi yang dilindungi. Biaya yang dibayar oleh pihak tertanggung kepada pihak penanggung untuk risiko yang ditanggung disebut premi.

Jenis-jenis asuransi adalah sebagai berikut:

- a. Asuransi Rangkap
- b. Asuransi Kebakaran
- c. Asuransi Jiwa
- d. Asuransi Sosial

### Manfaat Asuransi

Menurut Dahlan Siamat (2005:656) asuransi pada dasarnya dapat memberi manfaat bagi tertanggung (*insured*) antara lain sebagai berikut :

1. Rasa aman dan perlindungan. Dengan memiliki polis asuransi maka tertanggung akan terhindar dari kerugian-kerugian yang mungkin timbul.
2. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil. Semakin besar kemungkinan terjadinya suatu kerugian dan semakin besar kerugian yang mungkin ditimbulkannya, makin besar juga premi pertanggungannya.
3. Polis asuransi dapat dijadikan sebagai jaminan untuk memperoleh kredit
4. Berfungsi sebagai tabungan
5. Alat penyebaran resiko. Dengan asuransi, resiko kerugian dapat disebarkan kepada penanggung.
6. Membantu meningkatkan kegiatan usaha. Tertanggung akan melakukan investasi atas suatu bidang usaha apabila investasi tersebut dapat ditutup oleh asuransi yang di maksudkan untuk mengurangi resiko.

### Jenis Resiko

Menurut Dahlan Siamat (2008:657) jenis resiko yang umum dikenal dalam usaha perasuransian antara lain meliputi :

- a. Resiko Murni  
Resiko murni atau *pure risk* yaitu ketidakpastian terjadinya suatu kerugian, bilamana terjadi akan memberikan kerugian dan apabila tidak terjadi tidak menimbulkan kerugian tetapi juga tidak memberikan keuntungan.
- b. Resiko Spekulatif  
Resiko spekulatif atau *speculative risk* yaitu resiko yang berkaitan dengan terjadinya dua kemungkinan, yaitu peluang mengalami kerugian *finance* atau peluang keuntungan.
- c. Resiko Individu  
Resiko individu dibagi menjadi 3 (tiga) macam resiko, yaitu :
  1. Resiko Pribadi  
Resiko pribadi yaitu yang mempengaruhi kapasitas atau kemampuan seseorang memperoleh keuntungan.
  2. Resiko Harta  
Resiko harta yaitu resiko terjadi kerugian keuntungan keuangan apabila kita memiliki sesuatu benda atau harta.
  3. Resiko Tanggung Gugat  
Resiko tanggung gugat yaitu resiko yang mungkin kita alami atau derita sebagai tanggung jawab akibat kerugian atau lukanya pihak lain.

## **Kepuasan Nasabah**

Menurut Kotler dan Keller (2009:139) bahwa kepuasan nasabah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan jasa serta kesesuaian dengan harapannya". Sedangkan menurut Tjiptono dkk (2008:433) kata 'kepuasan atau *satisfaction*' (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu' atau 'membuat sesuatu memadai'. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respons positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan menganjurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama. Keuntungan berlipat ganda akan diperoleh produsen, melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain. Sehingga jika keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi maka nasabah akan sangat puas. Seorang nasabah yang memiliki kepuasan yang sangat puas akan merasakan :

- a. Bertahan lebih lama
- b. Membeli lebih banyak produk
- c. Berbicara baik mengenai produk

- d. Kurang perhatian terhadap pesaing lain, seperti iklan dan harga
- e. Menawarkan ide dan produk kepada orang lain

Kepuasan nasabah juga bisa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sendiri merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberi dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

## **Peran Pentingnya Kepuasan Nasabah**

Ada beberapa peran mementingkan kepuasan nasabah bagi diri sendiri maupun perusahaan terkait yaitu adalah sebagai berikut bagi :

### **Perusahaan**

Nilai – nilai perusahaan dalam hal ini merupakan landasan dalam pencapaian visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, sebelum merumuskan nilai – nilai perusahaan, perlu dirumuskan visi dan misi perusahaan. Walaupun nilai – nilai perusahaan pada dasarnya universal, namun dalam merumuskannya perlu disesuaikan dengan sektor usaha serta karakter dan letak geografis dari masing – masing perusahaan. Nilai – nilai perusahaan yang universal antara lain adalah terpecaja, adil, dan jujur.

Sumber daya manusia adalah sistem dalam sebuah sistem. Segala sesuatu yang terjadi dalam SDM, sampai pada tingkat tertentu memengaruhi sistem yang lebih besar. SDM memengaruhi organisasi karena ia merupakan bagian dari organisasi. Untuk berfungsi optimal, SDM memerlukan sebuah misi. Visi yang menyatukan staf dan menyediakan untuk keputusan dimasa mendatang.

### **Pedoman Perilaku**

Pedoman perilaku merupakan penjabaran nilai – nilai perusahaan dan etika bisnis dalam melaksanakan usaha sehingga menjadi panduan bagi orang perusahaan dan semua karyawan perusahaan, pedoman perilaku mencakup panduan tentang benturan kepentingan, pemberian dan penerimaan hadiah dan donasi, kepatuhan terhadap peraturan, kerahasiaan informasi, dan pelaporan terhadap perilaku yang tidak etis.

Sebagian besar eksekutif puncak mengklaim bahwa kunci utama keberhasilan bisnis adalah kemampuan menarik dan mempertahankan tenaga berbakat kunci (*key talent*). Sebagian orang meyakini apa yang mereka katakan, sementara sebagian yang meyakini secara pribadi bahwa sistem dan teknologi dapat mengatasi pengaruh tenaga berbakat.

## **GAMBARAN SUBYEK PERUSAHAAN**

### **Sejarah Berdirinya Perusahaan**

Prudential merupakan perusahaan jasa keuangan terkemuka asal Inggris yang berdiri sejak 1848. Prudential merupakan group jasa keuangan internasional terkemuka. Prudential menyediakan jasa asuransi dan layanan keuangan lainnya melalui anak usaha dan aliansi di seluruh dunia. Group prudential memiliki posisi yang kuat pada tiga pasar terbesar dan paling menguntungkan di dunia, yaitu Inggris dan Eropa, Amerika Serikat, dan Asia. Pada ketiga pasar ini, kekayaan global yang terus meningkat dan demografi yang dinamis memunculkan permintaan besar untuk produk proteksi jangka panjang dengan investasi.

PT. Prudential *Life Assurance* (“Prudential Indonesia”) didirikan pada tahun 1995. Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah group perusahaan jasa keuangan terkemuka di London, Inggris. Sebagai bagian dari group yang berpengalaman lebih dari 167 tahun di industri asuransi jiwa. PT. Prudential memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya sampai ke Indonesia. Di Asia, Prudential Indonesia menginduk pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PCA), yang berkedudukan di Hong Kong.

Prudential Indonesia sebagai perusahaan di bidang jasa keuangantelah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga ini dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan jasa keuangan didalam sektor jasa

keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel, serta mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil, dan mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.

Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi (unit link) pertama 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.

## **VISI DAN MISI**

### **Visi Prudential**

Menjadi perusahaan nomor satu di Asia, dalam hal :

1. Pelayanan nasabah  
Nasabah adalah kunci penting dalam bisnis ini, oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi Prudential untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu di Asia.
2. Memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham  
Prudential memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dalam perkembangannya.
3. Mempekerjakan orang – orang terbaik

Untuk mendukung keberhasilan tujuan dan visi ini, Prudential senantiasa mengembangkan kemampuan sumber daya manusianya, baik para tenaga pemasaran maupun karyawan. Oleh karena itu, Prudential sangat mengutamakan pendidikan, pelatihan, dan pengembangan bagi para tenaga pemasaran dan karyawan sehingga tujuan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil terbaik.

### **Misi Prudential**

Menjadi perusahaan jasa keuangan ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, staf serta tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

### **Profil Usaha**

PT. Prudential *Life Assurance* Indonesia berkantor pusat di Jl. Jend. Sudirman kav. 79 Prudential Tower, Setia Budi, Jakarta Selatan. Didirikan pada tahun 1995, PT Prudential *Life Assurance* (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sedangkan di Surabaya Prudential mempunyai banyak cabang salah satunya di *Vision Building* Pakuwon Center Lt 21 unit 09 Superblok Tunjungan City.

## Produk dan Layanan

Dari waktu ke waktu, PT. Prudential Life Assurance selalu menciptakan inovasi baru dan menawarkan produk - produk yang sesuai untuk nasabah, mulai dari asuransi jiwa tradisional hingga asuransi jiwa yang berbasis investasi baik yang berbasis konvensional maupun yang berbasis syariah. Berikut adalah berbagai macam produk :

### Produk Perlindungan Terkait Investasi

- a. PRU*link Assurance Account*  
PRU*Link Assurance Account* merupakan produk asuransi yang diluncurkan pada tahun 2000 dan merupakan produk unit *link* yang terpopuler di Indonesia. PRU*link Assurance Account* atau yang biasa disebut PAA ini mempunyai 2 jenis, yaitu PAA berbasis konvensional dan PAA yang berbasis syariah.
  1. PRU*Link Assurance Account* berbasis Konvensional
  2. PRU*Link Assurance Account* berbasis Syariah
- b. PRU*link Fixed Pay*
- c. PRU*link Investor Account*
- d. PRU*My Child*

### Produk Perlindungan (Proteksi)

- a. Asuransi Jiwa Berjangka
- e. Asuransi Jiwa Tradisional
- f. Asuransi Kecelakaan

Asuransikecelakaan di PT. Prudential *Life Assurance* terdiri dari dua produk:

- 1.) PRU*accident cover*
- 2.) PRU*accident plus*
- g. Asuransi Kesehatan
- h. Endowment

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### Gambaran Umum Responden

Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah nasabah asuransi Prudential Surabaya dan sampel menggunakan sebanyak 50 orang. Yang terdiri atas karakteristik umum dari responden yang meliputi jenis kelamin dan berdasarkan pekerjaan.

### Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi frekuensi menurut jenis kelamin responden PT. Prudential *Life Assurance* Surabaya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1

### DISTRIBUSI RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi (%)
Laki – Laki	25	50 %
Perempuan	25	50%
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 1 jenis kelamin diatas, dapat kita ketahui bahwa jenis kelamin responden yang terdiri dari

25 responden dengan presentase sebesar (50%) orang adalah berjenis kelamin laki – laki, dan 25 responden dengan presentase sebesar (50%) orang adalah berjenis kelamin perempuan.

### Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden dikategorikan menjadi tiga, yaitu PNS, Pegawai Swasta, dan Wiraswasta. Adapun gambaran tentang pekerjaan nasabah PT. Prudential Life Assurance Cabang Surabaya yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 2**

#### DISTRIBUSI RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentasi (%)
PNS	20	40%
Pegawai Swasta	10	20%
Wiraswasta	20	40%
Jumlah	50	100 %

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan PNS dengan jumlah 20 orang atau 40%, pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 10 orang atau 20%, dan pekerjaan Wiraswasta 20 orang atau 40% dari total responden 50 orang.

### Tanggapan Responden

#### Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mengenai “Agen”

No	Pertanyaan	Jawaban					Mean	Ket
		SS	S	N	TS	STS		
1	P1	13 (26,00%)	31 (62,00%)	6 (12,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	4,14	S
2	P2	17 (34,00%)	27 (54,00%)	6 (12,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	4,22	SS
3	P3	16 (32,00%)	26 (52,00%)	7 (14,00%)	1 (2,00%)	0 (0,00%)	4,14	S
4	P4	16 (32,00%)	17 (34,00%)	15 (30,00%)	2 (4,00%)	0 (0,00%)	3,94	S
5	P5	1 (2,00%)	5 (10,00%)	11 (22,00%)	19 (38,00%)	14 (28,00%)	2,20	TS
6	P6	0 (0,00%)	4 (8,00%)	11 (22,00%)	19 (38,00%)	16 (32,00%)	2,06	TS
Agen							3,45	S

**Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Manfaat Yang Diberikan Kepada Nasabah**

No	Pertanyaan	Jawaban					Me an	Ke t
		SS	S	N	TS	ST S		
1	Q1	15 (3 0,0 0 %)	32 (6 4,0 0 %)	3 (6, 00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 2 4	S S
2	Q2	21 (4 2,0 0 %)	26 (5 2,0 0 %)	3 (6, 00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 3 6	S S
3	Q3	23 (4 6,0 0 %)	24 (4 8,0 0 %)	3 (6, 00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 4 4	S S
4	Q4	20 (4 0,0 0 %)	21 (4 2,0 0 %)	9 (1 8,0 0 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 2 2	S S
5	Q5	14 (2 8,0 0 %)	23 (4 6,0 0 %)	9 (1 8,0 0 %)	3 (6, 00 %)	1 (2, 00 %)	3 , 9 2	S
Manfaat							4 , 2 4	S S

**Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mengenai Citra Perusahaan**

No	Pertanyaan	Jawaban					Me an	Ke t
		SS	S	N	TS	ST S		
1	R1	19 (38 ,00 %)	20 (40 ,00 %)	11 (22 ,00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 1 6	S
2	R2	15 (30 ,00 %)	16 (32 ,00 %)	12 (24 ,00 %)	7 (14 ,00 %)	0 (0, 00 %)	3 , 7 8	S

3	R3	13 (26 ,00 %)	19 (38 ,00 %)	16 (32 ,00 %)	2 (4, 00 %)	0 (0, 00 %)	3 , 8 6	S
4	R4	20 (40 ,00 %)	24 (48 ,00 %)	6 (12 ,00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 2 8	S S
5	R5	10 (5, 00 %)	15 (30 ,00 %)	15 (30 ,00 %)	13 (26 ,00 %)	2 (4, 00 %)	3 , 1 6	N
Citra Perusahaan							3 , 8 5	S

**Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mengenai Kepuasan Nasabah**

No	Perta nyaa n	Jawaban					Me an	Ke t
		SS	S	N	TS	ST S		
1	S1	23 (38 ,00 %)	23 (38 ,00 %)	4 (8, 00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 3 8	S S
2	S2	17 (34 ,00 %)	24 (48 ,00 %)	7 (14 ,00 %)	2 (4, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 1 2	S
3	S3	19 (38 ,00 %)	29 (58 ,00 %)	2 (4, 00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 3 4	S S
4	S4	24 (48 ,00 %)	21 (42 ,00 %)	5 (10 ,00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 3 8	S S
	S5	21 (42 ,00 %)	23 (46 ,00 %)	6 (12 ,00 %)	0 (0, 00 %)	0 (0, 00 %)	4 , 3 0	S S
5	S6	1 (2, 00 %)	8 (16 ,00 %)	17 (34 ,00 %)	14 (34 ,00 %)	10 (10 ,00 %)	2 , 5 2	T S
Kepuasan Nasabah							4 , 0 1	S

## **Konsep Kepuasan Nasabah**

PT. Prudential *Life Assurance* memanglah sangat luar biasa, bukan hanya asuransi yang memiliki nama besar di bidang asuransi, Prudential juga asuransi pertama kali yang memberikan *SmartSaving* yaitu fasilitas yang menjamin nilai tunai nasabah jika terjadi sesuatu dan memberikan dana secara *extra*. Prudential juga semakin hari mampu memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabahnya dengan konsep kepuasan nasabah adalah hal yang utama bagi Prudential. Bisa dilihat dari jawaban responden bahwa PT Prudential *Life Assurance* juga memiliki *image* yang baik di masyarakat juga memberikan pelayanan yang baik bagi nasabahnya.

Kepuasan nasabah juga tentunya mempengaruhi proses penjualan produk asuransi yang ditawarkan kepada nasabah. Dengan adanya kepuasan nasabah PT Prudential *Life Assurance* bisa tau bagaimana tingkat kepuasan nasabah selama ini terhadap produk yang sudah diberikan. Produk yang terkait dengan kualitas dan pelayan mampu membuat nasabah merasa puas, tidak hanya pelayanan tetapi juga manfaat yang diterima. Dalam hal ini kualitas layanan dengan mengutamakan manfaat produk asuransi Prudential juga termasuk aspek kepuasan nasabah yang tinggi terhadap PT Prudential *Life Assurance*.

## **Hambatan Yang di Lakukan Saat Meningkatkan Kepuasan Nasabah**

Adapun hambatan yang dialami Prudential saat meningkatkan kepuasan nasabah ialah:

1. Nasabah kurangnya mengerti akan manfaat dari penggunaan asuransi Prudential. Tidak semua nasabah tau banyak tentang manfaat dari asuransi Prudential, karena banyaknya produk yang diberikan juga manfaat yang berbeda-beda disetiap produk yang ditawarkan
2. Kurangnya perhatian penuh agen dalam melayani nasabahnya. Banyak nya agen di Prudential membuat para agen bersaing dalam mencari nasabah oleh karena itu mungkin ada beberapa agen tidak bisa memberikan pelayanan penuh kepada nasabahnya
3. Kurangnya mengerti banyak produk yang dimiliki Prudential jadi tidak sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah. Banyak nya produk asuransi yang ditawarkan membuat nasabah merasa kebingungan untuk produk dan manfaat nya itu sendiri

## **Alternatif Hambatan Yang di Lakukan Saat Meningkatkan Kepuasan Nasabah**

Adapun alternatif dari hambatan yang dilakukan Prudential dalam meningkatkan kepuasan nasabahnya adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan kepada nasabah secara jelas akan manfaat asuransi Prudential supaya

nasabah mengerti apa saja manfaat yang diterimanya. Seperti manfaat pada kesehatan yang begitu banyak bagi nasabah dan juga mengcover biaya sampai sembuh. Selain itu, manfaat asuransi bagi dana pensiun yang nantinya disaat nasabah sudah pensiun tetap menerima nilai tunai tinggi yang bisa hidup harmonis bersama keluarga.

2. Memberikan kualitas pelayanan yang ramah kepada setiap nasabah Asuransi Prudential. Agen harus selalu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Juga harus melayani nasabah dengan baik dan sabar. Tidak semua agen bisa sabar terhadap semua nasabahnya terutama bagi nasabah yang cerewet. Dengan adanya keluhan tersebut alternatif yang baik yaitu agen harus selalu sabar menghadapi keluhan dan omelan nasabahnya supaya nasabah juga merasa nyaman atas pelayanan yang diterimanya.
3. Memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dengan begitu nasabah akan merasa senang dengan manfaat produk yang telah diberikan kepadanya. Fokus pada kepuasan dan kepentingan nasabah, sehingga produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah. Tidak memberikan berbagai macam produk yang nantinya membuat nasabah merasa bingung, langsung fokuskan pada tujuan keinginan nasabah dan menjelaskan produk.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian kepuasan nasabah pada PT Prudential *Life Assurance* cabang Surabaya dengan memberikan pernyataan kuesioner mengenai beberapa pernyataan seperti pelayanan agen dan manfaat yang diberikan kepada nasabah sebagai bentuk layanan untuk memuaskan nasabah yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan nasabah berdasarkan manfaat yang diterima dari hasil jawaban responden melalui kuesioner nasabah merasa sangat puas dengan manfaat yang diterimanya. Selain itu banyak juga manfaat yang diterimanya selain mengcover biaya kesehatan sampai sembuh juga danya nilai tunai yang tinggi. Adanya *Smart Saving* juga sangat bermanfaat bagi kepuasan nasabah karena hanya ada di PT. Prudential *Life Assurance*. Oleh karena itu produk yang memiliki *Smart Saving* memberikan manfaat banyak kepada nasabahnya, tetapi tidak semua nasabah tau akan adanya *Smart Saving* pada PT Prudential *Life Assurance*. Dan pernyataan mengenai pelayanan agen kepada nasabah PT Prudential *Assurance Life* yaitu “pelayanan yang cepat dan mudah” ini berarti pelayanan Prudential selama ini cepat dan mudah di proses, nasabah juga merasa puas dengan pelayanan yang sudah diberikan sehingga bisa mempengaruhi terhadap

pelayanan PT Prudential *Life Assurance*.

2. Hambatannya sendiri yaitu kurang pemahannya nasabah akan adanya berbagai macam produk yang ditawarkan sehingga nasabah terkadang bingung dengan manfaat dari produk-produk itu sendiri. Adapun alternatif penyelesaian hambatannya sendiri dengan menjelaskan lebih detail tentang produk yang ditawarkan dan manfaat yang diterimanya. Hambatan lainnya yaitu nasabah terkadang mengeluh atas ketidaknyamanan pelayanan agen, karena mungkin ada beberapa agen yang tidak bisa melayani penuh nasabahnya kerana memiliki banyak nasabah lain diluar sana. Alternatif hambatannya yaitu agen harus tetap memperhatikan penuh dan selalu melayani apapun keluhan nasabah, karena awal dari berhasilnya penjualan produk itu sebenarnya berawal dari cara penyampaian agen tersendiri kepada nasabahnya agar merasa yakin dan percaya itu pembeli produk yang ditawarkan

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai aspek kepuasan nasabah pada PT Prudential *Life Assurance* cabang Surabaya, penulis mengajukan saran yang dapat dijadikan barang pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam menentukan kebijakan dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dalam hal meningkatkan kepuasan nasabah yaitu menjelaskan lebih banyak manfaat yang nantinya akan diperoleh nasabah, sehingga saran yang dapat diberikan adalah lebih menjelaskan secara jelas karena pada dasarnya tidak semua nasabah tau banyak akan manfaat asuransi bagi kehidupannya nanti. Seperti adanya asuransi pensiun yang nantinya berguna bagi masa tua, adanya *Smart Saving* yang sangat bermanfaat besar bagi nasabah, adanya uang santunan meninggal, dan banyak manfaat lainnya yang akan diperoleh dari macam-macam produk lain
2. Memberikan pelayanan penuh seperti membantu nasabah saat proses *klaim* agar nasabah merasa nyaman atas pelayanan agen, *cover* biaya pengobatan sampai sembuh, dan menjamin kesehatan nasabah jika terjadi kecelakaan. Agen juga harus melayani nasabah dengan baik, ramah sopan. Mendengarkan semua keluhan nasabah dan memberikan solusi yang baik dengan memberikan produk sesuai yang dibutuhkan. Tidak menjelaskan secara cepat agar nasabah tidak bingung, tetapi menjelaskan secara jelas dan teliti kepada nasabah.
3. Dari saran yang diberikan dirahapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. Prudential *Life Assurance* agar bertambahnya nasabah yang membeli produk dan banyaknya

manfaat yang akan diterima calon nasabah.

### **Implikasi Penelitian**

Berdasarkan simpulan dan saran penelitian dapat dikemukakan beberapa implikasi sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah diperlukan pelayanan agen yang baik dan selalu ramah kepada nasabahnya. Dalam hal ini yang dimaksud yaitu agen selalu memperhatikan keluhan nasabahnya, melayani dan bersikap baik di depan agen sehingga nasabah merasa nyaman dan senang.
2. Hal yang penting juga dalam meningkatkan kepuasan nasabah dengan menjelaskan apa aja manfaat yang akan diterima oleh nasabah dengan memperhatikan keluhan nasabah dan memberikan produk yang nantinya sangat bermanfaat bagi nasabahnya. Dengan merasa puas nya nasabah maka nasabah akan merasa bahwa asuransi ini sangat baik dan penting bagi kehidupannya serta merasa aman kerana sudah mempunyai asuransi. Kepuasan nasabah juga memungkinkan untuk menjaga kesetiaan pada PT. Prudential Life Assurance, sehingga oleh perusahaan sendiri dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabahnya akan tercapai.

### **DAFTAR RUJUKAN**

Dahlan Siamat, 2005. Manajemen Lembaga Keuangan. “Kebijakan Moneter dan Perbankan”, Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, edisi kesatu.

Daryanto (2011). “Kuliah Manajemen Pemasaran”. Bandung : PT.Sarana Turtorial Nurani Sejahtera.

Husein Umar, 2005, “Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen” Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama

Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Kasmir, 2012. *Dasar-Dasar Perbankan*, Edisi Revisi 2012, Jakarta: PT. Raja Grafindo Indonesia

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009, “*Manajemen Pemasaran*” Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta

PT. Prudential Life Assurance <http://www.prudential.co.id> . Diakses tanggal 27 Maret 2018.

Redaksi Karya Anda, *Kamus Internasional*. Surabaya: Karya Anda, hal. 35

STIE Perbanas Surabaya. 2018. Buku Pedoman Penulisan dan Penelitian Tugas Akhir Diploma.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.

Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 246

Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 287 - Pasal 298

