

**UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH MELALUI PENINGKATAN
KUALITAS PELAYANAN PADA ASURANSI BUMI PUTERA CABANG MATARAM
2021**

Handoyo Wirastomo¹, Lalu Hendra Maniza²

Universitas Muhammadiyah Mataram^{1,2}

handoyo.wirastomo@gmail.com¹, manizahendra@gmail.com²

Abstract

In Bumi Putera Insurance Mataram Branch, efforts to improve the quality of service to customers are divided into two, namely within the scope of the company and outside the scope of the company. Providing good service is very important for every company. Because by providing good service it will automatically improve the image and can be trusted by customers or customers. In order to improve the quality and success to be achieved by Bumi Putera Insurance Mataram Branch in addition to efforts to improve the quality of service to customers, it is also necessary to know the ways in which Bumi Putera Insurance Mataram Branch provides its services to customers. In this case, employees and collectors must do their best to improve services for their customers. Collectors and employees must communicate well because they are used to dealing directly with customers. The method of providing Bumi Putera Insurance services for the Mataram Branch can be done through services provided directly and services that are not directly provided to customers.

Keywords : Insurance, Quality, Service

PENDAHULUAN

Asuransi saat ini sangat diminati oleh berbagai kalangan, selain menguntungkan asuransi ini juga bermanfaat bagi seseorang yang merencanakan keuangan untuk bekal dimasa yang akan datang. Apalagi dilihat dari kondisi saat ini, perlindungan terhadap kondisi ketidak pastian akhir-akhir ini sudah semakin disadari oleh masyarakat sebagai kebutuhan. Kondisi ketidak pastian tersebut menjadi suatu resiko bagi masyarakat yang datang tidak terduga yang pada umumnya dapat membawa dampak kerugian finansial dan salah satu dari sekian banyak resiko tersebut adalah terserang penyakit, meninggal dunia dan lain-lain.

Berbagai pengalaman menunjukkan bahwa resiko tersebut penting untuk diantisipasi. Kondisi seperti ini yang mendorong masyarakat atau nasabah untuk berusaha mendapatkan jaminan demi kelangsungan hidup di era yang makin maju. Jaminan yang dibutuhkan antara lain : jaminan kesehatan, pendidikan dan kecelakaan. Guna memberikan jaminan tersebut saat ini tidak sedikit badan/lembaga pemberi jaminan pertanggungan salah satunya adalah Asuransi Bumi Putera Cabang Mataram Kabupaten Nusa Tenggara Barat.

Kondisi nyata yang kita alami saat ini bahwa pengguna jasa sangat mengharapkan sekali akan kualitas pelayanan nasabah. Bahkan banyak nasabah yang mengatakan bersedia untuk membayar mahal asalkan pelayanan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Kondisi demikian merupakan suatu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh pelaku usaha. Namun hal ini baru bisa terealisasi apabila para pelaku usaha dalam bidang perasuransian dapat mengakomodasikan harapan dari nasabahnya. Semua ini baru akan tercapai apabila kita memahami kata kuncinya yaitu kualitas pelayanan. Tingginya kualitas pelayanan ini akan menciptakan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan membentuk daya saing yang berkelanjutan.

Salah satu contoh pelayanan langsung yang diberikan kepada nasabah dengan cara petugas asuransi / agen langsung datang menemui para nasabah sedangkan pelayanan tidak langsung diberikan dengan cara petugas asuransi / agen tidak perlu menemui para nasabah.

Asuransi yang aman dan sehat menjadi prioritas nasabah dalam memilih perusahaan asuransi, tetapi selain itu ada prioritas lain yang tidak kalah penting, yaitu kualitas pelayanan nasabah. Untuk itu perusahaan asuransi dituntut untuk bekerja efektif dan efisien agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. Dengan kata lain, kualitas pelayanan merupakan pembentukan citra. Untuk itu, media promosi paling bagus untuk menarik orang-orang datang ialah kualitas pelayanan kepada para nasabah. Maka dalam hal ini asuransi Bumi Putera Cabang Mataram dituntut untuk mampu meraih peluang tersebut dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada nasabah yang selalu menginginkan pelayanan yang baik dan memuaskan.

METODE

Metode penelitian adalah “cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah” (Sugiyono, 2009:6) Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik (utuh) dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah, serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang salah satunya bermanfaat untuk keperluan meneliti dari segi prosesnya (Moleong, 2007 : 6-7) Dalam penelitian ini, peneliti lebih condong melakukan penelitian dengan membahas data-data lapangan, kepustakaan serta peraturan perundang undangan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti. Agar mencapai hasil yang maksimal maka peneliti mencari berbagai aspek dan data penunjang lainnya yang diharapkan dapat menemukan sebuah kesimpulan yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan, maka dibutuhkan data pendukung meliputi

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Nasution (2003:5) penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan, berinteraksi dengan mereka dan menafsirkan pendapat mereka tentang dunia sekitar. Penelitian kualitatif (*qualitative research*) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok (Nana Syaodih Sukmadinata, 2005:60) Berdasarkan pengertian di atas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan metode penelitian adalah suatu cara untuk mencari kembali atau menemukan kebenaran dengan menggunakan teori-teori ilmiah. Maka lazimnya terdapat dua sumber data penelitian yang terdiri dari data primer dan sekunder.

Data primer, adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22). Data ini diperoleh secara langsung dari sumbernya yaitu Asuransi Bumi Putera Cabang Mataram Kabupaten Nusa Tenggara Barat.

Data sekunder, data ini diperlukan untuk sebagai perbandingan teori-teori yang bersumber dari dokumen dan literatur-literatur lain yang relevan. Menurut sumbernya data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012:225)

Dalam penelitian ini dibatasi dengan permasalahan yang berhubungan dengan pelayanan nasabah dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah pada Asuransi Bumi Putera Cabang Mataram Kabupaten Nusa Tenggara Barat.

Lokasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama 3 bulan terhitung sejak diberikan izin penelitian yang bertempat di perusahaan Asuransi Bumi Putera Cabang Mataram Kabupaten Nusa Tenggara Barat. Sampel penelitian dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampling penelitian dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang permasalahan dalam penelitian ini sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi yang diteliti. “*Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sumber data, pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar” (Sugiyono, 2009:124-125). Untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggung jawabkan maka penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data karena masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

- a. Observasi, yaitu “metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung terhadap obyek penelitian. Observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian, merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan, atau suatu studi yang disengaja dan sistematis tentang keadaan/fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat” (Mardalis,2002:63)
- b. Wawancara, adalah “teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada si peneliti. Wawancara ini berguna untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi” (Mardalis,2002:64)
- c. Studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan membaca buku majalah, surat kabar, undang-undang, dan media informasi lainnya.
- d. Dokumentasi, metode ini adalah “salah satu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya” (Suharsimi Arikunto, 2010:274).

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu “dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam caatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya” (Lexy J. Moleong, 2012:247). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Pengumpulan Data. Dalam penelitan ini pengumpulan data dilakukan dengan mencari, mencatat, dan mengumpulkan data melalui hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi yang terkait dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan nasabah Asuransi Bumi Putera Canbang Selong Kabupaten Lombok Timur.
- b) Reduksi Data. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. “Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan” (Sugiyono, 2008:247).
- c) Penyajian Data. Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Display data, maka akan memudahkan untuk

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2008:249). Penyajian data dilakukan untuk mempermudah peneliti untuk dapat mendeskripsikan data sehingga akan lebih mudah dipahami mengenai kebijakan pengelolaan air limbah domestik yang diteliti.

- d) Kesimpulan dan Verifikasi. Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2008 : 252). Pada penelitian ini, kesimpulan yang dikemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data yang diperoleh peneliti dilapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Perusahaan Asuransi

Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 1912 yang mana perusahaan ini bergerak di bidang perekonomian yaitu asuransi. AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi satu-satunya yang menganut system kepemilikan “Mutual” usaha bersama. Dengan demikian AJB Bumiputera 1912 didirikan dan dimiliki oleh dan untuk kepentingan anggota melalui Badan Perwakilan Anggota (BPA) yang merupakan lembaga tertinggi di AJB Bumiputera 1912. AJB Bumiputera 1912 merupakan perusahaan asuransi jiwa nasional yang pertama dan tertua di Indonesia. Perusahaan asuransi ini terbentuk pada tanggal 12 Februari 1912, di Magelang, Jawa Tengah, dengan nama *Onderlinge Levensverzekering Maatschappij PGHB* (Bahasa Belanda) disingkat dengan O.L Mij. PGHB atau lebih dikenal dengan bahasa Inggrisnya *Mutual Life Insurance* (Asuransi Jiwa Bersama). Dengan bentuk badan usaha yang seperti ini, maka pemilik perusahaan adalah Para Pemegang Polis.

O.L Mij PGHB didirikan berdasarkan keputusan dalam sidang pada Kongres Perserikatan Guru-guru Hindia Belanda yang pertama di Magelang, saat itu pesertanya hanya terbatas pada kalangan guru-guru saja. Para peserta kongrespun menyambut positif. Jumlah peserta yang terdaftar sebagai anggota O.L Mij. PGHB, baru 5 orang. Karena perusahaan ini dibentuk oleh para guru, maka pengurusnya pun untuk pertama kali, hanya terdiri dari tiga orang Pengurus PGHB, yang terdiri dari:

1. Mas Ngabehi (M.Ng) Dwidjosewojo, sebagai Presiden Komisaris.
2. Mas Karto Hadi (M.K.H) Soebroto, sebagai Direktur.

3. Mas Maryoto Soedibyo (M.) Soebroto, sebagai Bendahara.

Pada mulanya perusahaan hanya melayani para guru sekolah Hindia Belanda, kemudian perusahaan memperluas jaringan pelayanannya ke masyarakat umum. Dengan bertambahnya anggota, maka para pengurus sepakat untuk mengubah nama perusahaannya. Berdasarkan Rapat Anggota/Pemegang Polis di Semarang, November 1914, nama O.L Mij. PGHB diubah menjadi O.L Mij. Boemi Poetra.

Pada tahun 1942 ketika Jepang berada di Indonesia, nama O.L Mij. Boemi Poetra yang menggunakan bahasa asing segera diganti. Maka pada tahun 1943 O.L Mij. Boemi Poetra kembali diubah namanya menjadi Perseroan Pertanggungungan Djiwa (PTD) Boemi Poetra, yang merupakan satu-satunya perusahaan asuransi jiwa nasional yg tetap bertahan. Namun karena dirasa kurang memiliki rasa kebersamaan, maka pada tahun 1953 PTD Boemi Poetra dihapuskan. Dan, hingga sekarang terkenal dengan nama Asuransi Jiwa Bersama (AJB) di depan nama Bumiputera 1912 yang merupakan bentuk badan hukum. Pada tahun 1921, perusahaan pindah ke Yogyakarta. Pada tahun 1934 perusahaan melebarkan sayapnya dengan membuka cabang-cabang di Bandung, Jakarta, Surabaya, Palembang, Medan, Pontianak, Banjarmasin, dan Ujung Padang. Dengan demikian semakin berkembang, maka tahun 1958 secara bertahap kantor pusat dipindahkan ke Jakarta, dan pada tahun 1959 secara resmi kantor pusat AJB Bumiputera berdomisili di Jakarta. Selama lebih Sembilan dasawarsa, Bumiputera telah berhasil melewati berbagai rintangan yang amat sulit, antara lain pada masa penjajahan, masa revolusi, dan masa-masa krisis ekonomi seperti sanering di tahun 1965 dan krisis moneter yang dimulai pada pertengahan tahun 1997.

Salah satu kekuatan Bumiputera adalah kepemilikan dan bentuk perusahaannya yang unik, dimana Bumiputera adalah satu-satunya perusahaan di Indonesia yang berbentuk mutual atau usaha bersama, artinya pemilik perusahaan adalah pemegang polis bukan pemegang saham. Jadi perusahaan tidak berbentuk PT atau Koperasi. Hal ini dikarenakan premi yang diberikan kepada perusahaan sekaligus dianggap modal. Badan perwakilan para pemegang polis ikut serta menentukan garis-garis besar haluan perusahaan, memilih dan mengangkat direksi, dan ikut serta mengawasi jalannya perusahaan.

AJB Bumiputera 1912 memulai usahanya dengan modal awal nol sen. Dengan demikian, perusahaan asuransi ini berbentuk onderling atau mutual (Usaha Bersama), karena perusahaan dapat didirikan tanpa harus menyediakan modal lebih dahulu. Uang yang diterima perusahaan untuk pertama kalinya berasal dari kelima peserta kongres PGHB yang menjadi O.L Mij. PGHB. Syarat utamanya adalah bahwa ganti rugi tidak akan diberikan kepada ahli waris pemegang polis yang meninggal sebelum polisnya berjalan selama tiga tahun penuh.

Struktur Organisasi Asuransi Bumi Putera Cabang Mataram

Struktur adalah gambaran yang memperlihatkan suatu susunan yang logis, tertib dan memperlihatkan hubungan yang serasi dalam sebuah organisasi. Kita akan mendapat gambaran mengenai unit-unit perusahaan secara keseluruhan maupun antara hubungan yang satu dengan yang lain mengenai kekuasaan maupun batasan-batasan tanggung jawabnya.

Struktur organisasi juga akan memudahkan pimpinan perusahaan dalam mengatur dan mengkoordinasikan unit kerja atau bagian-bagian yang terlibat di dalam organisasi dalam usahanya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

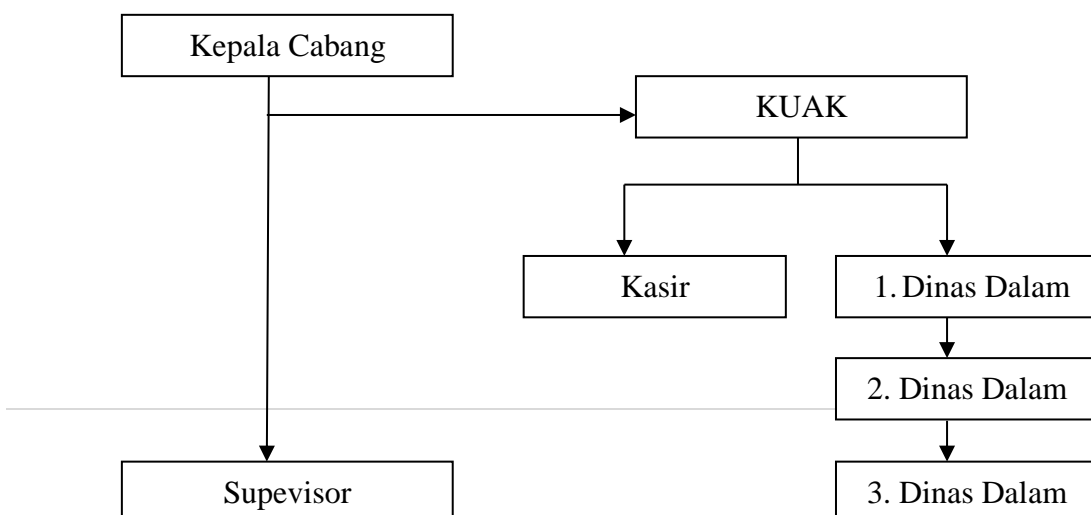
Suatu struktur organisasi juga merinci pembagian kerja dan menunjukkan berbagai tingkatan aktifitas yang berkaitan satu sama lain. Ini menunjukkan hirarki organisasi serta struktur wewenang dan memperlihatkan hubungan pelaporannya.

Struktur organisasi akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan kegiatan serta tujuan perusahaan. Salah satu unsur struktur organisasi yang baik adalah adanya pola interaksi dari hubungan kerja sama antar individu pada tiap bagian dari suatu perusahaan yaitu mengenai hubungan pembagian dan fungsi dari pekerjaan dilakukan serta wewenang yang seimbang baik vertikal maupun horizontal.

Adapaun struktur organisasi yang dimiliki oleh AJB Bumiputera 1912 cabang Mataram adalah sebagai berikut :

1. Struktur organisasi AJB Bumiputera dipimpin oleh seorang Pemimpin Operasional (PO) yang membawahi Kepala Unit dan Keuangan (KUAK) , Supervisor yang secara keseluruhan bertanggung jawab langsung kepada pemimpin operasional.
2. Supervisor dalam struktur organisasi ini memiliki 8 bagian untuk setiap daerah yaitu: CM 1, CM 2, CM 3, FCF, FGC, FGT, PAB, dan PAL. Setiap supervisor memiliki minimal 7 orang mitra kerja/agen.

Berikut ini adalah struktur organisasi Asuransi Bumi Putera Kantor Cabang Selong Kabupaten Lombok Timur



Sumber Data : Kantor Cabang AJB Bumi Putera Cabang Mataram 2015

selanjutnya data karyawan berdasarkan tugas masing masing

1. Lalu Suhaili : Kepala Cabang
2. M. Mansur : KUAK
3. Bq. Nurniati : Kasir
4. Armintatik : Bagian Klaim
5. Dewi H : Bagian Data
6. Fitriana R : Bagian SP

Aktivitas Perusahaan

Asuransi Bumiputera Cabang Mataram merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa dan juga suatu perusahaan Asuransi yang tertua di Indonesia yang mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat.

Pengertian dari Asuransi menurut kitab UU Hukum dagang pasal 246 Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dimana seseorang penanggung mengikatkan diri pada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin terjadi karena suatu peristiwa tak tentu.

Usaha Asuransi ini adalah usaha jasa keuangan untuk menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi yang memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup/meninggalnya seseorang.

Tujuan dari asuransi ini adalah untuk meringankan kerugian yang dialami oleh tertanggung dengan memperoleh ganti rugi dari penanggung. Aspek kegiatan Asuransi Bumiputera Cabang Mataram:

- a. Mempromosikan produk pada pemasaran.
- b. Menjelaskan kepada masyarakat maksud dan faedah mengasuransikan jiwa seseorang.
- c. Membayar ganti rugi tepat pada waktunya.
- d. Mempertahankan kepercayaan para pemegang polis baik dalam bentuk uang atau bentuk apapun yang diasuransikan.
- e. Meningkatkan bimbingan dan pelayanan terhadap konsumen yang berlangganan.

Sistem Informasi Laporan Keuangan pada Asuransi Bumiputera Cabang Mataram.

Sistem penyajian laporan keuangan yang digunakan oleh Asuransi Bumiputera Cabang Mataram akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sistem Informasi Bumiputera *In Line* (BIL). Manfaat dari sistem Informasi Bumiputera *In Line* (BIL) ini adalah:

1. Mengetahui data seluruh nasabah pemegang polis.
2. Untuk menginput semua proses akuntansi yang berjalan di perusahaan guna menghasilkan suatu laporan keuangan.

Laporan Keuangan merupakan suatu laporan yang sistematis tentang pendapatan, beban, dan laba atau rugi yang diperoleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Tujuan dari laporan Keuangan adalah sebagai alat ukur untuk mengetahui kemampuan yang dicapai perusahaan dan juga mengetahui berapa hasil bersih atau laba yang dalam suatu periode.

Produk Yang Unggul.

Keunggulan produk dari asuransi dapat berupa inovasi yang tinggi, harga yang terjangkau, kuantitas/jumlah persediaan yang mencukupi, saluran distribusi yang mudah, dan kualitas (bentuk dan ukuran) yang lebih baik. Maksud dari hal tersebut dapat diperjelas sebagai berikut:

- a) Inovasi yang tinggi maksudnya produk yang disediakan oleh pihak asuransi cabang selong kepada nasabah sangat berpariatif diantaranyaa; Mitra cerdas, mitra Eclent, Mitra meliti, Mitra Maxsi, mitra biasiswa dan sebagainya.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah yang bernama **Lely Komariah seorang wanita yang berusia 38 tahun, propesi sebagai wirawasta, sudah menjadi nasabah asuransi cabang Mataram lebih kurang 3 tahun** menurut pengakuannya kita senang menjadi nasabah asuransi karena produk yang disediakan sangat berpariatif jadi kita bisa memilih produk sesuai dengan keinginan dan kemampuan kita perlukan. (Wawancara pada tanggal, 01 Januari 2016)

- b) Harga yang terjangkau maksudnya produk tabung asuransi bisa dijangkau oleh kalangan nasabah yang ada di Mataram dan disamping itu tidak ada biaya untuk setiap transaksi tabungan selama kontrak perjanjian.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan **Ibu Nana Mariana seorang PNS di Mataram** menurut Ibu Nana saya sebagai nasabah asuransi merasa senang menabung di asuransi dikarenakan setiap transaksi tabungan yang kita lakukan di asuransi tidak terkena biaya atau potongan pajak dan disamping itu uangan tabungan kita akan bertambah nilainya selama kita menyepakati aturan dalam kontrak perjanjian. (Wawancara Tanggal 10 Januari 2016 di rumah Ibu Nana Mariana)

- c) Persediaan yang cukup maksudnya produk yang ada diasuransi selalu tersedia untuk semua nasabah, jadi nasabah tidak perlu ragu jika ingin menjadi nasabah asuransi dikarenakan produknya selalu tersedia.

Untuk membuktikan pernyataan diatas peneliniliti mewawancara salah satu nasabah yang bernama **Mas Imam seorang pemuda dari Narmada yang berpropesi sebagai karyawan disalah satu perusahaan Mataram** menurut Imam” ketika pertama- tama saya datang ke asuransi cabang mataram kira-kira 2 tahun yang lalu saya sempat ragu dengan produknya, tapi setelah saya dapat informasi dari karyawanya ternyata produk dari asuransi tersedia sesuai kebutuhan dari saya (wawancara Tanggal 12 Januari 2016 di Kantor Asuransi Cabang Mataram).

- d) Saluran distribusi yang gampang maksudnya nasabah tidak akan kesulitan mendapatkan pelayanan baik dari karyawan maupun *outlet/* cabang- cabang dari perusahaan asuransi karena hampir diseluruh Nusa Tenggara barat terdapat *outlet* dan karyawan bagian marketing yang siap memberikan pelayanan.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan Cahya Suryani, seorang perempuan yang berusia 30 tahun, yang beralamat di lombok timur, menurut beliau saya tidak kebingungan setelah menjadi nasabah asuransi dikarenakan kemudahan distrbusi yang diberikan kalau saya males atau lagi sibuk saya tidak perlu datang ke kantor asuransi untuk transaksi cukup dengan menelpon karyawan marketingnya mereka akan langsung datang memberikan pelayan transaksi walaupun kita dirumah.

Berikut juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan pimpina cabang asuransi Mataram Bapak Lalu suli, SH, berusia 45 tahun, berasal lombok tengah, sudah menjadi pimpinan 2 tahun, sudah menikah, menurut beliu saya akan meberikan kemudahan bagi semua nasabah yang menggunakan produk asuransi dikarenakan itu merupakan bentuk pelayanan kami kepada nasabah kami (wawancara tanggal 15 januari 2016).

- e) Ukuran yang lebih baik, maksudnya nilai investasi yang lebih tinggi dan mempunyai uang pertanggungan/ atau asuransi.

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Ibu Baiq Patimah, yang berusia 58 tahun serong wanita yang bepropesi sebgai pedagang, suadah menjadi nasabah asuransi selama lebih kurang 2 tahun, menurut ibu Baiq saya senang menjadi nasabah asuransi dikarenakan uang yang saya tabung akan mempunyai bunga yang lebih tinggi dari asuransi lain disamaping itu juga ada nilai pertanguhan atau jaminan asuransi bagi saya jadi saya merasa senang dan tidak lagi kawatir jika saya membutuhkan dana yang sifatnya mendadak bagi keluarga saya.(wawancara di Tempat kediaman pada tanggal 13 Januari 2016)

Sistem Pelayanan Yang Baik.

Kualitas layanan dapat berupa kecepatan dalam pelayanan, *fleksibilitas* dalam melakukan transaksi, penggunaan teknologi yang canggih, kemudahan dalam memperoleh apa yang

dibutuhkan, dan memberikan perhatian secara personal. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, menciptakan sistem pelayanan yang baik menjadi tuntutan utama dalam seluruh proses usahanya.

Berbeda dengan perusahaan penyedia barang yang lebih mengutamakan kualitas output barang yang diproduksinya. Bagi sebuah perusahaan atau organisasi yang memprioritaskan kepuasan konsumen sebagai tujuan kesuksesan usahanya, haruslah memiliki strategi untuk mewujudkan sistem pelayanan konsumen yang baik pula.

Karena dari sistem pelayanan tersebutlah pengukuran tingkat kepuasan konsumen akan mudah dilakukan. Adapun strategi yang dapat digunakan untuk menciptakan sistem pelayanan konsumen yang baik, diantaranya adalah:

a. *Relationship Marketing*

Relationship Marketing yaitu strategi transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak hanya berakhir setelah penjualan selesai. Sehingga akan terjalin kemitraan dan akan menimbulkan kesetiaan (loyalitas) yang akan berdampak pada terjalinnya hubungan bisnis ulang.

b. *Superior Customer Service*

Superior Customer Service adalah strategi yang menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari perusahaan pesaing. Perusahaan atau organisasi yang menerapkan strategi ini haruslah memiliki dana yang cukup besar dan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul, serta memiliki usaha yang gigih untuk menciptakan suatu pelayanan yang *superior*.

c. *Unconditional Guarantees atau Extra Ordinary Guarantees*

Strategi ini menggunakan garansi untuk mengurangi resiko konsumen sebelum maupun sesudah pembelian barang atau jasa, sekaligus memaksa perusahaan yang bersangkutan untuk memberikan yang terbaik dalam meraih loyalitas konsumen. Sehingga perusahaan akan selalu dinamis demi menyempurnakan mutu produk atau jasa dan kinerja yang ada.

d. Penanganan keluhan yang efektif.

Penanganan keluhan memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengubah konsumen yang tidak puas (*unsatisfied customer*) menjadi konsumen yang puas (*satisfied customer*) terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Namun dengan catatan bahwa semua permasalahan yang ditemukan haruslah diatasi, ditindaklanjuti dan diupayakan agar di masa yang akan datang tidak timbul kembali. Kecepatan dan ketepatan penanganan keluhan merupakan faktor terpenting dalam kesuksesan pelaksanaan strategi ini.

e. Peningkatan Kinerja Perusahaan

Strategi ini merupakan strategi yang lebih mengutamakan pada berbagai upaya pemantauan dan pengukuran kepuasan konsumen secara berkesinambungan, serta memberikan pendidikan dan pelatihan bagi seluruh sumber daya manusia (SDM) yang ada demi meningkatkan kemampuan mereka agar dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen.

Strategi ini juga menitik beratkan kepada penilaian kinerja karyawan, dengan memberikan empowerment (pemberdayaan) yang lebih besar kepada mereka dalam melaksanakan tugasnya.

f. Penerapan *Quality Function Deployment* (QFD)

Strategi ini merupakan konsep kebutuhan konsumen adalah apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam prakteknya, konsumen akan dilibatkan dalam proses pengembangan produk/jasa sedini mungkin. Sehingga apa yang dihasilkan oleh perusahaan benar-benar cerminan kebutuhan konsumen, dan proses yang dijalankan perusahaan akan mencapai tingkat efektifitas yang maksimum.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan dua orang nasabah asuransi cabang Mataram yang memberikan tanggapan tentang pernyataan pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan asuransi pada nasabah sangat bagus. Seperti yang dikatakan oleh Nasabah an **H. Umar Sanusi seorang laki-laki pensiunan guru di Lombok Barat** menurut beliau saya senang mejadi nasabah asuransi dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh semua karyawan sangat menyenangkan saya mereka tahu apa yang menjadi kebutuhan saya sebagai konsumen dan saya juga merasa diperhatikan ketika saya menanyakan semua informasi yang berkaitan dengan produk asuransi. (Wawancara, 20 Januari 2015).

Fatuhu Rahman seorang laki-laki yang bekerja sebagai Kontraktor menurut beliau saya senang menabung di perusahaan asuransi dikarenakan para karyawan yang bertugas melayani saya sangat sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan ketika saya sedang bertransaksi atau menabung uang di kantor asuransi. (Wawancara 20 Januari 2016)

Pengukuran Kepuasan Nasabah

Setelah perusahaan dapat menciptakan sistem pelayanan konsumen yang baik, maka tahap selanjutnya adalah perlunya diadakan sebuah riset atau pengukuran tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut.

Ada beberapa alasan mengapa riset ini sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi yang memprioritaskan kepuasan pelanggan sebagai tujuan kesuksesan bisnisnya, antara lain:

a. Untuk mempelajari persepsi konsumen

Konsumen memiliki sifat individual, dan setiap orang akan memandang sesuatu secara berbeda dari orang lain, meskipun dalam situasi yang sama. Persepsi yang perlu

diidentifikasi mencakup apa yang mereka cari, mengapa mereka memilih produk/jasa tertentu, apa batas minimal yang membuat mereka puas, dan apa yang perlu dilakukan untuk menjaga loyalitas mereka.

- b. Untuk menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan konsumen, Pengukuran tingkat kepuasan bukanlah sekedar menentukan bagaimana seorang konsumen menikmati produk/jasa tertentu. Tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada saat ini dan dimasa yang akan datang, serta persyaratan spesifikasi kebutuhan tersebut.

- c. Untuk menutup kesenjangan

Ada banyak sekali kesenjangan yang terjadi antara konsumen dan pihak penyedia produk/jasa. Mengukur kesenjangan tersebut merupakan satu-satunya cara untuk menutupnya. Semua kesenjangan tersebut berdasarkan pada perbedaan persepsi antara pihak penyedia produk/jasa dengan konsumen terhadap apa yang seharusnya diterima oleh konsumen. Diantara kesenjangan-kesenjangan tersebut adalah:

- 1) Kesenjangan antara pandangan perusahaan terhadap keinginan konsumen dengan keinginan konsumen yang sesungguhnya.
 - 2) Kesenjangan antara pandangan perusahaan terhadap barang/jasa yang telah dibeli konsumen dengan pandangan konsumen terhadap barang/jasa yang diterimanya.
 - 3) Kesenjangan antara pandangan perusahaan dengan pandangan konsumen terhadap mutu pelayanan yang diberikan.
 - 4) Kesenjangan antara harapan konsumen terhadap mutu pelayanan dengan kinerja pelayanan sesungguhnya.
 - 5) Kesenjangan antara janji pemasaran dengan pelayanan yang sesungguhnya.
- Menutup kesenjangan-kesenjangan tersebut sangatlah vital bagi keberhasilan upaya perusahaan yang ingin memuaskan dan mempertahankan konsumen yang telah dimilikinya.
- d. Untuk memeriksa peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan.

Peningkatan bermula dari pemahaman tentang perbandingan antara kondisi sebenarnya dengan kondisi yang diinginkan. Dilanjutkan dengan pengambilan langkah-langkah berdasarkan pengukuran tersebut untuk meningkatkan kinerja yang ada. Jika standar kinerja yang ditetapkan berdasarkan pada persepsi konsumen, maka pemenuhan atau pelampauan standar tersebut akan menjadi indikator yang baik bagi kepuasan konsumen.

- e. Untuk menerapkan proses perbaikan berkesinambungan.

Tema peningkatan proses berkesinambungan tetap hangat di dunia bisnis. Karena jika tidak berusaha terus-menerus meningkatkan pelayanan, pesaing yang akan melakukannya, dan konsumen yang ada akan beralih menjadi loyal terhadap perusahaan pesaing.

Tujuan utama bisnis adalah menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen yang puas. Sehingga hal yang perlu dilakukan adalah memahami dan mengidentifikasi kebutuhan mereka, memenuhi dan melampaui harapan mereka, menutup atau menghilangkan kesenjangan persepsi yang mungkin terjadi, dan melakukannya secara terus menerus dari waktu ke waktu.

- f. Untuk mempelajari bagaimana dan apa yang harus dilakukan dengan tepat

Penelitian kepuasan konsumen akan memberikan informasi penting kepada perusahaan tentang apa yang harus dilakukan dan bagaimana caranya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, agar mereka dapat memperoleh kepuasan yang maksimal di masa yang akan datang. Penelitian ini juga dapat memberikan informasi apakah perusahaan perlu mengubah strategi dan atau arah bisnisnya di masa yang akan datang ataukah tidak.

- g. Peningkatan kinerja membawa peningkatan laba

Meskipun tidak ada jaminan, sangatlah aman untuk berasumsi bahwa jika terjadi peningkatan kinerja mutu pelayanan dan penyampaian, maka akan dapat meningkatkan laba pula. Karena semakin pelayanan baik dan konsumen merasa puas, semakin banyak orang yang akan kembali lagi untuk bertransaksi, sehingga akan berpengaruh pada kontribusi volume penjualan terhadap peningkatan laba.

SIMPULAN

Efektivitas pelayanan nasabah sama artinya dengan keuntungan. Kepuasan nasabah akan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli suatu produk. Nasabah (konsumen) yang merasa puas akan memberikan persepsi positif bagi citra asuransi yang memberikan pelayanan yang baik, yang berujung pada *feedback* positif bagi Auransi Bumi Putera Cabang Mataram. *Feedback* positif yang dimaksud dapat berupa peningkatan penjualan produk, yang mana produk Auransi Bumi Putera Cabang Mataram terhimpun dalam produk penghimpunan dana dan produk pembiayaan. Pelayanan yang diberikan terhadap para nasabahnya berdasarkan dimensi pelayanan termasuk ke dalam kategori pelayanan yang baik dan tingkat kepuasan para nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan dana pihak ketiga dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah Auransi Bumi Putera Cabang Mataram.

REFERENSI

- Abbas Salim. (2000). *Asuransi dan Manajemen Resiko*. PT. Raja Grafindo. Persada. Jakarta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ashar Sunyoto. (2001). *Psikologi industri dan Organisasi*. UIP. Jakarta.
- Azwar. Saifudin. (2003). *Penyusunan Skala Psikologi. Edisi I*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Burhan, Bungin, (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Grapindo Persada, Jakarta.
- Darmawi, Herman, (2004), *Manajemen Asuransi*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Freddy Rangkuti, (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, cetakan kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gaspersz. (2002). *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S. P. (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- _____, (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan 9*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan : Bob.Sabran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kitan Undang-Undang hukum Dagang (KUHAD) (*Wetboek van Koophandel voor Indonesie*) S.1847-23 diakses <http://perusahaan.web.id/download/kita-b-undang-undang-hukum-dagang-kuhd/> tanggal 5 April 2012 pukul 11.30 AM
- Muchdarsyah, Sinungan, (2008), *Produktivitas Apa dan Bagaimana*, PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nasution. (2003). *Metode Research*, PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nana Syaodih Sukmadinata, (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Radiks Purba. (2002). *Asuransi Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Samuelson, (2004). *Ilmu Makroekonomi. Edisi Ketujuhbelas*. PT. Media Global Edukasi. Jakarta.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____, (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- _____, (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono,Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.
- Undang-Undang nomor 2 tahun 1992. Tentang. Usaha Perasuransian.