

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut produsen untuk lebih peka, kritis, dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan cerdas dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share*.

Bisnis asuransi merupakan sebuah bisnis yang dapat membantu setiap orang untuk mendapatkan jaminan dari setiap resiko kesehatan ataupun resiko keuangan yang mungkin akan dihadapi. Namun masyarakat Indonesia masih termasuk dalam kategori un-insured, karena berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, pertumbuhan industri asuransi di Indonesia selalu meningkat dalam kisaran 10% hingga 30%. Mempunyai kurun waktu yang panjang, optimisme yang tinggi akan masa depan yang cerah serta kuatnya tradisi *extended family* merupakan beberapa kondisi yang membuat industri asuransi belum berkembang. Tetapi di sisi lain dapat kita lihat bahwa pertumbuhan premi asuransi jiwa terus meningkat rata-rata hingga 25% setiap tahunnya (www.cermati.com, diakses 18 Oktober 2018)

Secara normatif atau payung hukum, peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang usaha perasuransian dan perusahaan reasuransi, serta tentang perizinan dan penyelenggaraan usaha perusahaan penunjang usaha asuransi diatur dalam Undang-undang No.2 Tahun 1992 tentang Usaha perasuransian, Peraturan Pemerintah No. 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Perusahaan Usaha

Perasuransian, Peraturan Pemerintah No. 63 Tahun 1999 tentang Perubahan atas PP No. 73 Tahun 1992, Keputusan Menteri Keuangan No. 255/KMK.017/1993 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi (www.ojk.co.id, diakses 20 Oktober 2018)

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) 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. 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, diakses 18 Oktober 2018).

Kantor agency Infiniteam adalah salah satu kantor agency Prudential yang terletak di tower gajah mada, Jakarta Pusat memiliki 41 orang leader dan 100 lebih agen tenaga pemasar yang bertambah setiap tahunnya. Dalam hal kualitas, agency Infiniteam terus melakukan penyempurnaan dengan cara melakukan pelatihan dan dorongan motivasi secara berkala untuk seluruh agen tenaga pemasar dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah maupun calon nasabah. Hal ini menjadi salah satu alasan peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mendukung kinerja yang telah dilakukan kantor agency Infiniteam agar dapat meningkatkan kualitas terutama dalam kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat pokok dalam jasa asuransi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan harus sebanding atau melampaui harapan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator pendukung salah satunya yaitu kehandalan agen tenaga pemasar. Dalam menyikapi kebutuhan nasabah, kehandalan agen tenaga pemasar merupakan faktor

yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, terbukti berdasarkan penelitian Fitrah Eliba (2017) studi pada nasabah asuransi Jiwasraya di Pekanbaru menunjukkan bahwa faktor kehandalan dalam kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kehandalan agen tenaga pemasar dalam pelayanan, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Namun, hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryawan Tri Raharja (2015) studi pada nasabah asuransi PT Prudential Life Assurance cabang Semarang yang menyatakan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bukan atas kualitas pelayanan melainkan jaminan atau manfaat-manfaat produk asuransi dalam kualitas produk. Hal ini yang menjadi salah satu alasan peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai masalah yang dihadapi terkait kepuasan nasabah asuransi.

Kualitas produk akan menjadi salah satu hal yang pertama kali konsumen lihat ketika akan membeli suatu produk. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Dalam perusahaan asuransi, kualitas produk berhubungan dengan persyaratan pengajuan klaim yang mudah, aman dan akurat. Hal ini dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Indah Oktari (2018).

Dalam dunia asuransi, citra perusahaan menjadi hal yang penting untuk keberlangsungan bisnis. Citra perusahaan merupakan kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan perasaan, ide, sikap dan pengalaman dengan perusahaan yang disimpan dalam ingatan. Kesan tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman konsumen pada perusahaan. Baik citra positif maupun negatif kemudian akan teringat kembali ketika nama perusahaan tersebut terdengar atau terbawa ke dalam ingatan konsumen. Dalam hal ini Prudential pernah mengalami isu-isu negatif yang berdampak pada reputasi, tidak membuat para nasabah Prudential untuk berhenti menggunakan manfaat-manfaat asuransi di Prudential, hal ini terbukti dari data Laporan Kinerja Keuangan 2017 bahwa

Prudential mengalami pertumbuhan sebesar 24% terkait pembayaran total klaim asuransi. (www.cermati.com, diakses pada 20 Oktober 2018)

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui penciptaan pelayanan yang berkualitas tinggi dalam hal kenyataan, janji, perhatian, empati dan jaminan. Jika kepuasan pelanggan tinggi kepada perusahaan. Sebaliknya, jika pelanggan merasakan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan maka akan menimbulkan kekecewaan atau ketidakpuasan yang dapat mengakibatkan pelanggan meninggalkan perusahaan. Hal ini dinyatakan dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Amelia (2016). Kepuasan konsumen juga mencakup sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Kualitas produk merupakan salah satu variabel yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen terhadap produk yang telah mereka gunakan. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dijelaskan dalam jurnal Tri Raharja (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan pada nasabah PT Prudential Indonesia, Jakarta di Kantor Agency Infiniteam.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta.
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta.
3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Prudential Indonesia, Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman berharga bagi peneliti untuk menjalankan setiap proses penelitian yang telah mengembangkan pola pikir, langkah pengambilan keputusan dan pemecahan masalah bagi peneliti. Dengan melakukan penelitian ini peneliti merasa bangga karena dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap objek penelitian.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini memberikan manfaat kepada perusahaan yaitu Kantor Agency Infiniteam (PT Prudential Life Insurance) karena dapat membantu para tenaga pemasar untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan sehingga dapat melakukan evaluasi yang lebih baik.