

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Manusia memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertian sangat berbeda dengan produk berupa barang.

Adapun definisi jasa menurut Philip Kotler (1994:464) adalah sebagai berikut : Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan pada satu produk fisik.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih baik dari pesaing secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Pelanggan (pembeli) harus dipuaskan. Kalau mereka tidak dipuaskan mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing. Makin banyak pelanggan yang meninggalkan perusahaan maka laba yang berasal

dari penjualan akan menurun. Bila pelanggan tidak puas (kecewa) harus segera diketahui faktor penyebabnya, dan segera dilakukan koreksi/perbaikan.

Tanpa adanya tindakan untuk melakukan koreksi atau perbaikan hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan menjadi tidak bermanfaat. Padahal tujuan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan ialah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa, dan tetap menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan, bahkan menjadi pelanggan yang loyal, yang dapat meningkatkan penjualan dan pada gilirannya akan meningkatkan laba perusahaan.

Dalam dunia usaha, asuransi memegang peranan penting yaitu, memberikan perlindungan terhadap pengusaha/usahawan dari bahaya-bahaya yang datang dari luar dugaan ( gempa bumi, kebakaran, pemogokan, kapal tenggelam, dan lain-lain ), dipihak lain perusahaan asuransi bisa melangsungkan hidupnya melalui premi yang diterima dari tertanggung.

Undang-undang No. 2 tahun 1992 mendefinisikan asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung karena kerugian kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan.

Pertanggungjawaban ekonomi penjual asuransi jiwa terletak dalam pelayanan yang mereka berikan kepada masyarakat. Mereka memberikan pelayanan-pelayanan, keuntungan-keuntungan dan manfaat dari asuransi jiwa kepada masyarakat luas.

Sebagai perusahaan jasa hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan asuransi adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti kinerja suatu barang, sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Perusahaan asuransi Sewu New York Life harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para nasabah dan berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabahnya. Kalau kinerja ( pelaksanaan ) dinilai bagus/baik berarti dapat memuaskan. Itulah sebabnya perlu dilakukan analisis tingkat kepentingan dan kinerja/kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka topik ini menjadi menarik untuk dianalisis terutama dari segi kualitas pelayanan asuransi.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut “ Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja Perusahaan Sewu New York Life ditinjau dari kesenjangan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan “.

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut nasabah dengan kinerja yang telah dilakukan PT. AJ. Sewu New York Life. Kinerja yang dianggap baik berarti memuaskan.
2. Tujuan lainnya adalah sebagai suatu pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan nasabah, agar nasabah menjadi puas.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan Sewu New York Life adalah sebagai pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerja terhadap nasabah, terutama pimpinan harus memperhatikan hal-hal atau atribut apa saja yang dianggap penting agar mereka merasa puas.

2. Bagi penulis sendiri dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan.
3. Bagi pihak lain, hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk menambah dan melengkapi *literature* perbandingan dalam mengadakan penelitian selanjutnya.

## **E. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis penelitian**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu dengan memusatkan penelitian secara mendalam pada perilaku konsumen, dalam hal ini adalah nasabah pada PT.AJ.Sewu New York Life Cab. Palembang yang beralamat di jalan Lingkaran I No.356-356 A.

### **2. Teknik Sampling**

Yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh nasabah pada tahun 2001 (Januari s/d Oktober 2001), dan besarnya sampel yang diambil sebanyak 30 nasabah. Dalam pengumpulan data sebagai bahan penelitian ini sampel yang digunakan dipilih dengan metode sampling acak sederhana atau simple random sampling.

### **3. Subjek dan Obyek Penelitian**

- Yang menjadi subjek penelitian adalah tanggapan nasabah terhadap kinerja,
- sedangkan objeknya adalah PT.AJ. Sewu New York Life.

#### 4. Data Yang Dicari

Data yang dicari adalah data internal dan eksternal. Data internal adalah data yang didapat dari perusahaan tersebut dan hasilnya digunakan untuk keperluan lembaga tersebut. Sedangkan data eksternal adalah data yang diperoleh dari luar perusahaan melalui riset penelitian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan diperoleh dari :

##### a. Penelitian lapangan

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer yang dikumpulkan dari obyek penelitian melalui :

##### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pihak perusahaan untuk memperoleh data tentang gambaran perusahaan untuk memperoleh data tentang gambaran perusahaan secara umum. Wawancara dilakukan dengan persiapan pertanyaan terlebih dahulu.

##### 2. Kuisisioner

Dilakukan dengan membuat suatu daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang diteliti. Setiap pertanyaan telah disediakan jawabannya dan responden memilih jawaban yang sesuai dengan hal yang dialami sendiri.

b. Penelitian kepustakaan

Yaitu pengumpulan data sebagai landasan perbandingan melalui buku-buku, diktat-diktat, majalah-majalah, dan tulisan-tulisan ilmiah lainnya dalam ruang lingkup penulisan karya ilmiah berupa skripsi.

6. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode diskriptif kualitatif-kuantitatif.

a. Metode kualitatif

Hasil analisis dengan menggunakan data kualitatif adalah dengan cara membandingkan dengan mengimplementasikan teori manajemen pemasaran yang ada dengan sistem pembahasan yang dilakukan dalam pembahasan masalah.

b. Metode kuantitatif

Metode kuantitatif adalah metode yang menggunakan pendekatan secara matematis yang digunakan untuk membahas masalah yang ada.

Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja PT. AJ Sewu new York Life Cabang Palembang yang beralamat Jalan Lingkaran No. 356-356 A maka digunakan analisis tingkat kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan atau *Importance-Performance Analisis* (John A. Martila and John C.James,1977:77-79

#### 1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat dimana skala mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebagai contoh : pada suatu penelitian yang menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data, maka kuisisioner yang tersusun harus dapat mengukur apa yang diukur. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Suatu kuisisioner yang memuat pertanyaan tidak jelas bagi responden termasuk tidak valid. Kalau ditarik kesimpulan bahwa skor pada suatu pengukuran mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan, diperlukan informasi untuk menilai seberapa baik penarikan kesimpulan didukung.

Pengujian tingkat validitas dilakukan dengan metode Korelasi Product Moment, yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan setiap skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Item yang mempunyai korelasi ( $r$ ) positif dan korelasi yang tinggi



menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk pengujian tingkat validitas adalah :

- a. Menghitung nilai rata-rata dari skor setiap butir dan rata-rata skor total
- b. Mengurangi setiap skor dalam setiap butir dengan rata-ratanya ( $\bar{x}$ ). juga dengan tiap skor total dikurangi dengan nilai rata-ratanya ( $\bar{y}$ )
- c. Menghitung kuadrat dari nilai  $x$  ( $x^2$ ) dan nilai ( $y^2$ )
- d. Mengalikan tiap nilai  $x$  dengan nilai  $y$  ( $xy$ )
- e. Menghitung total dari  $x^2, y^2$  dan  $xy$
- f. Menghitung nilai korelasi dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

Apabila  $r_{xy}$  yang dihasilkan lebih dari  $r$  tabel dengan taraf signifikansi 5 % dari hasil kuisisioner tersebut valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukur dapat diperoleh realibillitas menunjukan konsistensi suatu alat

pengukur dalam mengukur segala yang sama kalau menginginkan agar merasa yakin bahwa skor / nilai dari kuisisioner dapat mencerminkan dimensi kepuasan secara andal ( realibilitas ). Kuisisioner harus menunjukkan keandalan yang tinggi.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu : tehnik pengukuran ulang, tehnik belah dua, dan tehnik paralel pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai tehnik perhitungan reliabilitas dengan menggunakan tehnik belah dua. Pada penggunaan tehnik ini kuisisioner ( alat pengukur ) yang disusun terdiri dari beberapa item yang mengukur aspek yang sama.

Langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Menyajikan kuisisioner kepada sejumlah responden, kemudian dihitung validitas itemnya. Item-item yang valid dikumpulkan menjadi satu, yang tidak valid dibuang.
- b. Membagi item-item yang valid tersebut menjadi belahan berdasarkan nomor item genap ganjil. Item yang bernomor ganjil dimasukkan dalam belahan pertama, sedangkan yang bernomor genap dikelompokkan dalam belahan kedua.
- c. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan. Langkah ini akan menghasilkan skor total untuk masing-masing responden, yaitu skor total untuk belahan pertama dan belahan skor total kedua.

- d. Mengkorelasikan skor total belahan pertama dengan skor total belahan kedua dengan menggunakan tehnik korelasi product moment.
- e: Karena angka korelasi yang dihasilkan adalah korelasi dari alat pengukur yang dibelah, maka korelasi yang dihasilkan lebih rendah daripada angka korelasi yang diperoleh jika alat pengukur tersebut tidak dibelah, karena itu harus dicari angka reliabilitas untuk keseluruhan dan tanpa dibelah cara yang digunakan adalah dengan memasukkan ke dalam rumus *Spearman Brown*

$$r_2 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

dimana:  $r_i$  = Reliabilitas internal seluruh insturmen

$r_b$  = Korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

### 3. Tingkat kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja / pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan priolitas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan

adalah 
$$TKi = \frac{X_1}{Y_1} \times 100\%$$

Dimana : TKi = Tingkat kesesuai responden

$X_1$  = Skor penilaian kinerja perusahaan

$Y_1$  = skor penilaian kepentingan responden

#### 4. Diagram kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang terpotong tegak lurus pada titik-titik-titik ( $\bar{X}, \bar{Y}$ ), dimana  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan respon seluruh faktor dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi responden ( J. Supranto, 1997 : 242 ). Rumus-rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

dimana :  $\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan / kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

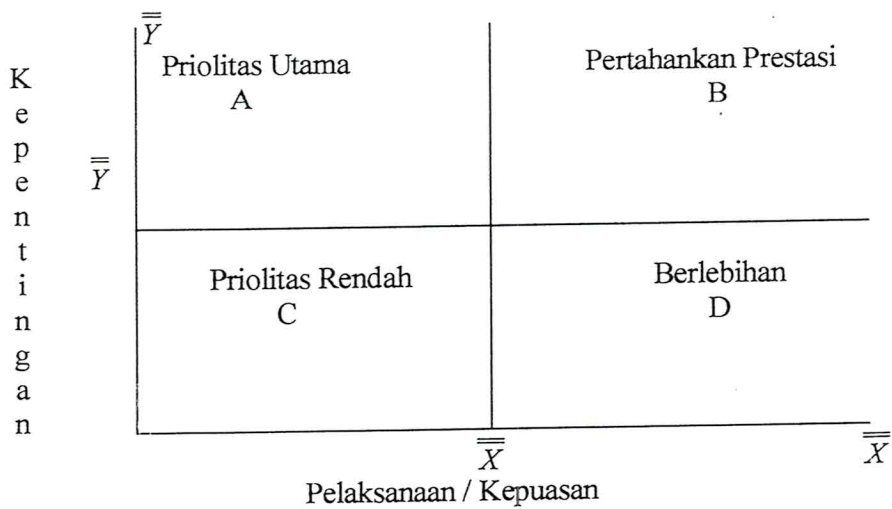
n = Jumlah responden

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

dimana : K = Banyaknya atribut / fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan respon.

Selanjutnya tingkat-tingkat unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat ( kuadran ) ke dalam diagram kartesius seperti pada gambar II. 1

Gambar II.1  
Diagram Kartesius



Keterangan :

- A: Menunjukkan faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan responden, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting. Namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan responden.
- B: Menunjukkan unsur-unsur pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C: Menunjukkan faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi responden, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang memuaskan.

D: Menunjukkan faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi responden, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

#### 5. Uji Hipotesis Dengan Uji Kai - Kuadrat

Hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi maksudnya adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel. Oleh karena itu dalam statistik yang diuji adalah hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik yang ada (data sampel) Hipotesis  $H_0$  dirumuskan dengan harapan untuk ditolak. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Penolakan  $H_0$  mengurusi pada penerimaan  $H_a$ .

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan uji khi kuadrat ( $\chi^2$ ). Rumus yang digunakan adalah :

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - fh)^2}{fh}$$

dimana :  $f_o$  = Frekuensi yang diobservasi melalui pengamatan atau hasil kuisioner

$f_l$  = Frekuensi yang diharapkan.

harapan untuk ditolak. Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Penolakan  $H_0$  mengurusi pada penerimaan  $H_a$ .

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan uji khi kuadrat ( $\chi^2$ ). Rumus yang digunakan adalah :

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - fh)^2}{fh}$$

dimana :  $f_o$  = Frekuensi yang diobservasi melalui pengamatan atau hasil kuisisioner

$f_h$  = Frekuensi yang diharapkan.

## 7. Metode Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

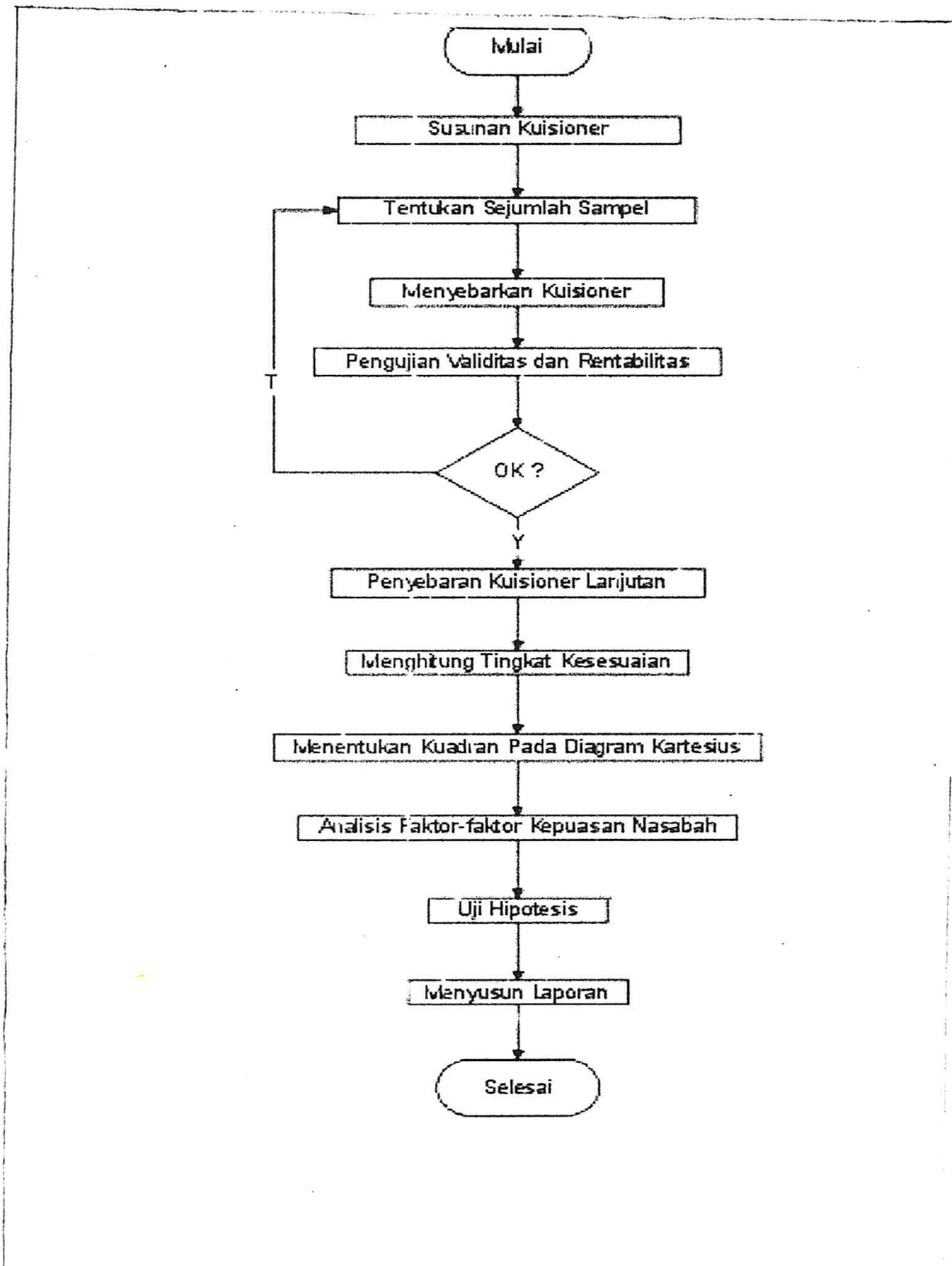
1. Menyusun kuisisioner / daftar pertanyaan. Kuisisioner disusun terdiri dari 10 pertanyaan yang berupa tingkat aspirasi nasabah terhadap perusahaan dalam memberikan pelayanan.
2. Menentukan ukuran sampel ( $n$ ) dari suatu populasi ( $H$ ).
3. Menentukan sampel dengan cara simple random sampling
4. Menyebarkan sebagian kuisisioner kepada nasabah untuk menguji validitas dan rentabilitas hasil kuisisioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuisisioner dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil kuisisioner bebas dari varian

- h. Melakukan pengujian hipotesis untuk menguji tak ada hubungan antara tingkat kepuasan dengan umur nasabah.
- i. Menyusun laporan hasil penelitian.

Secara lebih sederhana langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini dapat dilihat pada gambar II.2.



Gambar II.2  
Flow Chart Metode Penelitian



## F. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam perumusan skripsi ini, digunakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

### Bab I : Pendahuluan

Merupakan bab pendahuluan yang didalamnya diuraikan hal-hal sebagai berikut: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

### Bab II : Landasan Teori

Bab ini akan menguraikan tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam analisis permasalahannya. Dimana teori yang akan digunakan adalah teori yang berhubungan dengan permasalahan yang ditulis peneliti.

### Bab III : Gambaran Umum Perusahaan.

Merupakan bab yang menjelaskan keadaan umum permasalahan yaitu : sejarah perusahaan, dan data yang menunjang dalam pembahasan permasalahan

### Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini merupakan pembahasan yang ada dalam perusahaan dengan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan serta pembahasan hasil penelitian melalui kuisioner yang dilakukan peneliti pada nasabah.

## Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran yang merupakan bagian terakhir dari penulisan karya ilmiah berupa skripsi dan analisis yang dilakukan. Kesimpulan merupakan hasil penelitian atau penulisan skripsi, sedangkan saran lebih merupakan kemungkinan yang dapat ditempuh atau sebagai jalan keluar guna mengatasi permasalahan yang ada.