

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang haruslah merencanakan masa depannya dari sekarang, mulai dari perlindungan kesehatan untuk diri sendiri, keluarga, maupun orang terdekat. Selain itu perlindungan untuk perusahaan, rumah dan kendaraan pribadi, itu sangat penting. Saat ini perusahaan yang terkait dengan masa depan setiap orang itu adalah perusahaan bergerak di bidang jasa.

Perusahaan jasa yang berkembang saat ini adalah perusahaan asuransi, yang memiliki tingkat pesaing yang banyak. Tiap-tiap perusahaan di tuntut untuk memiliki strategi, agar perusahaannya dapat bertahan sampai masa akan datang. perusahaan memiliki strategi yang berbeda-beda untuk dapat bertahan, seperti halnya dalam perusahaan bidang asuransi, dalam hal ini lebih di tekankan pada strategi pelayanannya sebab jika strategi pelayanannya baik maka secara langsung konsumen akan merasa puas.

Tingkat kepuasan konsumen yang rendah akan menjadi suatu permasalahan bagi perusahaan, karena jika kepuasan konsumen tidak sesuai dengan yang di harapkan perusahaan dan konsumen itu sendiri akan mengakibatkan kesalahan yang fatal untuk kelangsungan hidup perusahaan. Untuk memberikan gambaran tentang kepuasan konsumen berikut penjelasannya. Dikatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan:

1. Respon konsumen
2. Kualitas jasa yang digunakan
3. Jaminan yang diinginkan

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap kualitas jasa yang di gunakan dengan jaminan yang di inginkan oleh pengguna jasa tersebut.

Kepuasan konsumen yang ada di perusahaan di bidang asuransi itu dilakukan melalui strategi pelayanan yang baik oleh Sumberdaya manusia yang handal. Fenomena yang terjadi saat ini perkembangan perusahaan di bidang asuransi kian maraknya pihak manajemen perusahaan di tuntut untuk memiliki strategi pelayanan yang efektif dan efisien guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Perusahaan yang menawarkan jasa merupakan perusahaan yang andil dalam pembangunan ekonomi terutama dalam memberikan perlindungan kepada pelanggan terhadap risiko yang dihadapi baik perorangan maupun risiko yang dihadapi perusahaan (Korporasi).

Dalam upaya mengoptimalkan perannya dalam dunia bisnis pengansurasian perusahaan perlu merumuskan kebijakan dalam rangka mengimplementasikan strategi pelayanan yang akan di berikan kepada setiap pengguna asuransi yang ditawarkan dengan memperhatikan perubahan yang terjadi baik faktor eksternal dan internal perusahaan.

Berdasarkan lingkup fenomena pola kepuasan konsumen yang ada diatas, strategi pelayanan yang berlaku di perusahaan tersebut, dapat di rumuskan

sebagai kepedulian kepada konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal pada perusahaan.

PT. Jasaraharja Putera (*JP-INSURANCE*) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi, perusahaan ini berdiri pada tanggal 27 november 1993 dan sudah memiliki 27 kantor cabang dan 87 kantor pemasaran yang tersebar di seluruh nusantara salasatu terdapat di Gorontalo. Yang menyediakan solusi untuk kebutuhan asuransi kerugian, surety bond, JP-ASTOR (Asuransi Kendaraan Bermotor), JP-GRAHA (Asuransi Kebakaran), JP-ASPRI (Asuransi Kecelakaan Pribadi), Asuransi Pengangkutan, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Rekayasa yang seluruhnya terus dikembangkan sejalan dengan tekad Perusahaan untuk menjadi *one-stop insurance service company*. Sebagai perusahaan jasa asuransi tugas utamanya adalah memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada para pengguna jasa atau konsumen, dengan menawarkan produk-produk asuransi yang ada dengan mematuhi persyaratan dan ketentuan yang berlaku pada perusahaan sehingga konsumen merasa puas sebab pelayanan yang di berikan sesuai dengan kepuasan konsumen. Dari sekian banyak produk yang ditawarkan oleh perusahaan, peneliti fokus pada salasatu produk yakni produk JP-ASTOR (Asuransi Kendaraan Bermotor). Seperti yang fenomena saat ini masyarakat lebih didominasi oleh kendaraan beroda dua atau kendaraan bermotor. Hal ini disebabkan kondisi ekonomi Indonesia yang mulai membaik setelah terjadinya krisis ekonomi membuat daya beli masyarakat

mulai meningkat, disamping itu sikap konsumerisme masyarakat Indonesia khususnya di Gorontalo juga membuat pasar asuransi kendaraan bermotor cukup besar.

Munculnya perusahaan-perusahaan pembiayaan (*Leasing Company*) dalam bidang pembiayaan kendaraan bermotor dan juga kredit pemilikan kendaraan bermotor dari sejumlah bank swasta dan negeri juga turut membuat pasar asuransi kendaraan bermotor di Gorontalo berkembang. PT Jasaraharja Putera menyadari akan peluang bisnis yang sangat besar ini, tetapi disisi lain banyaknya perusahaan asuransi kerugian yang beroperasi di Gorontalo membuat persaingan untuk memperebutkan premi asuransi kendaraan bermotor juga semakin meningkat. Perusahaan ini menyadari arti pentingnya kualitas pelayanan tersebut terhadap pelanggan asuransi kendaraan bermotor, persoalannya sekarang adalah apakah dengan adanya berbagai jenis pelayanan yang diperoleh pelanggan asuransi selama menggunakan jasa PT. Jasaraharja Putera telah memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggannya ?. Ini merupakan fenomena tersendiri bagi PT. Jasaraharja Putera untuk memahami dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang dimilikinya sebagai dasar untuk mengevaluasi posisi perusahaan saat ini.

Hal ini dapat dilihat dalam data yang di sajikan berikut, jumlah pemegang polis produk JP-ASTOR, pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo periode 2012-2014:

Tabel 1.1
Jumlah Pemegang Polis JP-ASTOR Jasaraharja Putera Kota
Gorontalo Periode 2012-2014

Tahun	Jumlah Pemegang polis (Triwulan)				Total Pemegang Polis (Orang)
	I	II	III	IV	
2012	105	103	106	109	423
2013	115	117	113	120	465
2014	119	122	121	124	486

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui jumlah konsumen tiap tahun meningkat jumlah konsumen namun berfluktuasi tiap triwulannya, hal tersebut diduga bahwa ada pelanggan yang merasa kurang puas atas kualitas pelayanan atau produk yang di tawarkan.

Berdasarkan fenomena dilapangan peneliti juga mendapatkan masalah seperti, terdapat ketidak jelasan ketika, seorang agen mengajak masyarakat untuk mengikuti program asuransi yang ditawarkan kepada konsumen, di sebabkan pemberian penjelasan yang kurang mendetail pada produk yang di tawarkan, kurangnya pengetahuan karyawan tentang pelayanan internal kantor yang diberikan serta informasi produk yang di tawarkan kepada konsumen, sebab kesan pertama konsumen merupakan hal penting untuk pelayanan internal perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang telah di kemukakan di atas, maka melalui penelitian ini saya sebagai peneliti tertarik mengadakan penelitian mengenai strategi pelayanan dan kepuasan konsumen, yang di formulasikan dalam judul **“Pengaruh Strategi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen JP-ASTOR Pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan penelitian diuraikan sebagai berikut:

1. Konsumen JP-ASTOR pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo mengalami fluktuasi tiap triwulannya.
2. Adanya konsumen yang merasa kurang puas dalam kualitas pelayanan perusahaan.
3. Terdapat ketidak jelasan ketika seorang agen mengajak masyarakat untuk mengikuti program asuransi yang ditawarkan disebabkan pemberian penjelasan yang kurang mendetail.
4. Kurangnya pengetahuan karyawan tentang pelayanan internal perusahaan, dan informasi produk yang ditawarkannya.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah pokok yakni “Apakah terdapat pengaruh strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen JP-ASTOR pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen JP-ASTOR pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo”.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bagi penulis merupakan sarana belajar yang diharapkan akan memberikan manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dalam memahami dan menganalisis sejauh mana teori yang selama ini diperoleh dapat diterapkan dalam memecahkan masalah di lapangan. Khususnya yang berkaitan dengan Strategi Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen .

1.5.2 Manfaat Praktis

Untuk memberikan gambaran tentang pengaruh Strategi Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen JP-ASTOR pada PT. Jasaraharja Putera Kota Gorontalo sehingga dapat di jadikan pengetahuan tambahan, serta penelitian pendukung bagi mahasiswa, terutama bagi konsentrasi strategi.

1.5.3 Pihak Lain

Sebagai sumber informasi yang kiranya dapat memberikan manfaat, petunjuk, dapat memperluas wawasan pengetahuan dalam hal studi empiris tentang strategi pelayanan terhadap peningkatan kepuasan

konsumen bertanggung asuransi kendaraan bermotor, serta di jadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah bagi penelitian selanjutnya.