

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Asuransi Syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap loyal. Karena itu pada asuransi syariah diperlukan adanya kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pemegang polis. Kondisi seperti ini dapat dimaknai bahwa asuransi syariah tidak dapat hanya bertahan dan menggunakan pendekatan serta mempertahankan nasabah yang ada dengan memanfaatkan sentimen emosional saja karena alasan agama. Asuransi syariah harus dapat mencari solusi tepat dalam bertahan dan menarik pelanggan. (Sula, dalam Wuryanti Koentjoro. *Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Yang Syar'i Pemegang Polis Asuransi Syariah*. Ekobis, Jurnal Ekonomi Vol.10, No.2, 375-385, 2009)

Kegiatan perusahaan asuransi, diarahkan untuk memproteksi keadaan dimasa datang yang belum pasti terjadi atas sebuah risiko yang berkaitan dengan nilai aktivitas ekonomi seseorang. Apalagi masa yang akan datang adalah sebuah masa yang penuh dengan ketidakpastian (*uncertainty*). Dalam hal ini manusia hanya dapat merencanakan dan memprediksikan kejadian dimasa datang, sedang kepastian (*certainty*) hanya ada pada Allah SWT.

Kesadaran masyarakat tentang asuransi dalam kehidupannya, sudah mulai meningkat, dibandingkan pada masa 10 tahun yang lalu. Bahkan, dewasa ini pertumbuhan asuransi syariah sangat tinggi karena banyak orang yang sadar akan pentingnya mempunyai asuransi. Asuransi syariah juga mempunyai banyak keunggulan dibandingkan dengan asuransi nonsyariah. Bagi masyarakat muslim, menghindari hal-hal yang bersifat riba itu wajib sehingga mendorong pertumbuhan berbagai macam produk keuangan syariah termasuk asuransi syariah.

Perusahaan asuransi syariah sudah berkembang dengan pesat meskipun tidak terlalu banyak yang dikenal seperti perbankan syariah. Perbedaan dari asuransi syariah dan asuransi konvensional mungkin tidak terlalu terlihat tetapi pada dasarnya perbedaan tersebut terletak pada perjanjian transaksinya. Terdapat perbedaan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional dari operasionalnya. Dalam asuransi syariah, peserta akan mengikatkan diri dalam suatu komunitas dan mereka akan saling menanggung apabila terdapat musibah. Sementara itu, asuransi konvensional, nasabah membeli perlindungan dari perusahaan asuransi untuk mendapat perlindungan apabila musibah terjadi. Produk keuangan yang menjadi tren kedepan adalah produk syariah sehingga banyak pemilik modal yang berinvestasi pada produk keuangan ini. Di Indonesia produk syariah sudah menjamur karena masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim berminat memiliki produk keuangan syariah. (Novi Puspitasari. 2015: viii)

Keberadaan asuransi syariah selain karena tuntutan pasar juga karena kebutuhan suatu produk yang komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain karena orientasi bisnis, asuransi syariah juga berorientasi pada syi'ar Islam. Hal inilah yang menjadikan asuransi syariah dituntut lebih efektif dan inovatif terhadap berbagai perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.

Bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa seperti asuransi, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu hal yang penting. Hal ini disebabkan karena Sumber Daya Manusia merupakan tulang punggung dalam menggerakkan operasional perusahaan. Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2009: 10), Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Ketersediaan SDM haruslah disiapkan sebaik mungkin, sehingga mereka mampu menjalankan setiap transaksi perusahaan dengan baik. Hal ini penting mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh para karyawan merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu perusahaan jasa.

Faktor pelayanan nasabah memang salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara melayani nasabah tersebut, sekalipun perusahaan telah melakukan promosi besar-besaran atau telah melakukan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan, namun tanpa didukung

oleh pelayanan yang baik, jangan harap dapat memperoleh hasil yang diinginkan dan tepat sasaran.

Berkaitan dengan ini, Tomas Waston, SR dari IBM (International Business Machine) menjelaskan bahwa ujung tombak sebuah perusahaan itu berada pada tenaga kerja (SDM), dan dia mengungkapkan “*you can confiscate the factories, and burn the buildings, but leave me the employees and i will rebuild my empire*” yang berarti pabrik boleh disita, gedung-gedung boleh terbakar, selagi ada tenaga kerja, kerajaan bisnis bisa didirikan kembali. (Tomas Waston, SR)

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dalam menumbuhkan perusahaan agar tetap eksis.

Dalam Al-Qur’an hubungan konsumen dengan produsen tidak hanya sebatas mitra, tetapi juga sebagai saudara yang harus dilayani dengan baik diantara keduanya. Islam mengajarkan, segala sesuatu harus memiliki manajemen yang baik, benar, rapi dan teratur, tidak asal-asalan. Seperti sebuah lembaga akan berjalan dengan baik jika dikelola dengan baik, maka organisasi apapun akan senantiasa membutuhkan manajemen yang baik. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani, yang artinya:

“*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang-orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqon (tepat, terarah dan jelas)*” (Mahrum Sayyid, Ahmad Al-Hasim: 34).

Antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan saling berkaitan erat. Kualitas memperhatikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah sesuai dengan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui penciptaan pelayanan yang berkualitas tinggi dalam hal kenyataan, janji, perhatian, empati, dan jaminan. Jika kepuasan pelanggan tinggi, maka pelanggan akan cenderung memberikan loyalitas yang 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.

Kepuasan nasabah penting untuk diukur, agar perusahaan dalam hal ini asuransi dapat mengetahui atribut apa dari suatu produk yang dapat memuaskan nasabah. Misalnya seorang nasabah merasa puas setelah menerima pembayaran klaim dari perusahaan asuransi, dikarenakan proses pencairan dananya cepat, bahkan lebih cepat dari yang dia harapkan. Pengetahuan tentang persepsi nasabah akan membantu asuransi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya, sehingga nasabah merasa puas dan dapat memberikan loyalitas yang tinggi kepada asuransi.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver, 1980). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka

pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. (J. Supranto, 2011: 233)

Sebagai perusahaan asuransi syariah, Takaful Keluarga beroperasi dengan konsep tolong-menolong, sebagaimana telah digariskan di dalam Al Qur-an,

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

“Dan tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa” (QS. Al-Maidah: 2).

Dengan landasan ini, Takaful Keluarga menjadikan semua peserta sebagai satu keluarga besar yang akan saling melindungi dan bersama-sama menanggung resiko keuangan dari musibah yang mungkin terjadi di antara mereka.

PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru memiliki ketentuan-ketentuan umum dalam hal pelayanan peserta. Ketentuan-ketentuan tersebut adalah : 1) Menjaga penampilan diri yang terbagi dalam tiga ketentuan, yaitu; ketentuan umum, ketentuan bagi karyawan pria, dan ketentuan bagi karyawan wanita; 2) Persiapan kantor/lingkungan kerja seperti: jam kerja layanan, kondisi ruangan, dan kondisi perangkat kerja serta alat tulis kantor yang sudah disiapkan; 3) Kemampuan berkomunikasi, yang terbagi dari: pelayanan calon/peserta datang, penjelasan produk, penjelasan klaim individu, untuk informasi polis, dan pelayanan peserta melalui telepon. Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency ini juga terdapat ketentuan pelayanan dikantor

layanan, yang terdiri dari: jadwal penerimaan berkas aplikasi asli & via email, jadwal penerimaan berkas klaim asli & via email, ketentuan email di kantor layanan, ketentuan pengiriman berkas dokumen dari RO ke kantor layanan dan dari RO ke kantor pusat. (*Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga, Buku Panduan dan Layanan Representative Office (RO), 2014*)

Disamping pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru ini, ternyata masih ada komplain dari beberapa nasabah atas pelayanan yang mereka terima. Komplain tersebut diantaranya adalah : Pertama, mengenai surat-menyurat; informasi-informasi dari pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru kepada para nasabah biasanya disampaikan melalui surat. Akan tetapi, terkadang ada beberapa surat (informasi) yang tidak sampai kepada nasabah. Maka pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency menggantinya dengan sms atau email.

Kedua adalah mengenai layanan dari bagian teknologi (*SMS System*). Biasanya setiap nasabah yang telah melakukan pembayaran akan mendapatkan SMS konfirmasi dari pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru yang menandakan bahwa nasabah tersebut telah melakukan pembayarannya. Namun, terkadang sistem tersebut mengalami gangguan tertentu yang mengakibatkan SMS konfirmasi tidak sampai kepada nasabah. Oleh karena itu, nasabah merasa kurang puas dan mengajukan komplain kepada pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru tidak menggunakan target jumlah polis tetapi menggunakan target jumlah premi. Berdasarkan hasil pra survey pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2014-2016 pada tabel berikut :

Tabel 1: Perkembangan Jumlah Nasabah dan Pendapatan Premi dari Tahun 2014 s/d2016

| No | Tahun | Jumlah Nasabah | Premi |
|----|---------------|----------------|--------------------------|
| 1 | 2014 | 245 | Rp. 310.000.000 |
| 2 | 2015 | 213 | Rp. 691.000.000 |
| 3 | 2016 | 164 | Rp. 651.119.900 |
| | Jumlah | 622 | Rp. 1.652.119.900 |

Sumber: *PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru 2014 s/d 2016*

Dari tabel 1 di atas terlihat bahwa PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dari tahun 2014–2016 mengalami penurunan jumlah nasabah, akan tetapi mengalami peningkatan pada jumlah pendapatan premi yang diperoleh dari nasabah dari tahun 2014-2015 dan mengalami penurunan dari tahun 2015 ke 2016. Terjadinya kenaikan jumlah premi dari tahun 2014-2015 meskipun jumlah nasabahnya menurun, salah satunya bisa disebabkan oleh kemampuan agen. Agen baru bisa menembus *market* yang rendah (kecil). Sedangkan untuk tahun 2015 agen sudah bisa mencapai *market* yang tinggi (besar). Penulis menduga penyebab terjadinya penurunan jumlah nasabah tersebut, kemungkinan berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka topik ini menarik untuk dibahas. Alasan inilah yang mendorong penulis untuk mengajukan penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Untuk memudahkan penelitian ini nantinya, dan agar peneliti memilih arah yang jelas maka terlebih dahulu dilakukan perumusan masalah. Adapun yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bahan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency Pekanbaru dalam bidang pelayanan nasabah.
2. Mengembangkan kemampuan berfikir dalam menganalisa suatu permasalahan serta menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh.

3. Memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan Pengertian Asuransi, Asuransi Islam, Sejarah Asuransi Islam, Hukum Asuransi Syariah, Asuransi Takaful, Pengertian Pelayanan, Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik, Pelayanan Dalam Perspektif Islam, Pengertian Kualitas Pelayanan, Komponen Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam, Dimensi Kualitas Pelayanan, Pengertian Kepuasan, Pengertian Kepuasan Nasabah, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Sebab-sebab Timbulnya Ketidakpuasan, Dimensi Kepuasan Nasabah, Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam, Tinjauan Penelitian Terdahulu yang Relevan, Variabel Penelitian, Variabel Operasional, Kerangka Pemikiran, Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Jenis Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Populasi dan Sampel, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data dan

Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Uji Instrumen, dan Uji Hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Gambaran umum perusahaan, Deskripsi data, Analisis Data, dan Pembahasan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.

