

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Pengaruh diartikan sebagai daya yang menyebabkan sesuatu terjadi. Jadi yang dimaksud pengaruh dalam judul ini yaitu suatu daya atau kekuatan (kualitas pelayanan) dalam mempertahankan Nasabah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹ Menurut sugiarto kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.² Jadi yang dimaksud kualitas pelayanan dalam judul ini adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang berlaku di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD setidaknya sama dengan harapan dan keinginan Nasabah.

¹ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Banyumedia Publishing, 2011), hlm. 331.

² Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 45.

Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.³

Menurut W.J.S Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia Nasabah yaitu orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan asuransi.⁴ Fenomena perkembangan bisnis yang ada di Indonesia akhir-akhir ini terus mengalami persaingan, banyaknya para pelaku bisnis yang saling berebut pelanggan menjadi tujuan utama. Tak lepas dari bidang jasa, yang semakin banyak orang yang menawarkan berbagai jasa dalam bidang pelayanan beragam. Dari sekian banyaknya pelayanan yang beragam membuat pelanggan yang beragam membuat pelanggan dihadapkan dengan alternatif pemilihan pembelian dalam memenuhi kebutuhannya, dan dipihak perusahaan menjadi persaingan dalam mendapatkan pelanggan.

Pelayanan yang baik merupakan sebuah harapan yang utama bagi pelanggan, tak khayal jika pelanggan sering kecewa dengan pelayanan yang buruk. Dari pelayanan yang buruk biasanya sangat signifikan mengurangi pelanggan yang ada, karena pelanggan yang kecewa atas pelayanan yang buruk biasanya akan bercerita ke pelanggan yang lainnya, bahkan membuat citra yang buruk.

³ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 13.

⁴ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta Balai Pustaka, 2011), hlm. 795.

Pada dasarnya pelanggan mengharapkan segala apa yang diinginkannya terhadap pemberi layanan jasa, maka dari itu bagi perusahaan hendaknya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda sehingga membedakan perusahaan dengan perusahaan yang lain. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan.

Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan atau jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa 3 macam tipe. *Pertama, will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterima, berdasarkan semua informasi yang diterimanya. *Kedua, should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. *Ketiga, ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.⁵

Loyalitas adalah kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan melainkan kesadaran. Dalam membangun sebuah loyalitas pelanggan itu sangatlah sulit, apabila sudah mendapatkan pelanggan yang loyal, harus mempertahankannya dengan segala cara. Karena mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan baru.

⁵ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Banyumedia Publishing, 2011), hlm. 331.

Loyalitas konsumen dapat dibagi menjadi ke dalam dua kelompok, yaitu :

1. Loyalitas merek (*brand loyalty*)
2. Loyalitas toko (*store loyalty*).

Nasabah yang merasa puas dengan produk atau merk yang dikonsumsi akan kembali ulang produk tersebut. Pembelian yang terus menerus dan berulang terhadap suatu produk dan merk yang sama akan menunjukkan loyalitas Nasabah terhadap merk. Hal ini yang sebenarnya di harapkan oleh produsen. Salah satu tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh produsen adalah menciptakan loyalitas merek.⁶

Berdasarkan latar belakang atau permasalahan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD “. Didefinisikan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Oleh karena itu peneliti mengadakan penelitian sekaligus mengkaji serta membahasnya lebih jauh lagi untuk menjelaskan masalah tersebut.

B. Perumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah asuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD?

⁶ Sudaryono, *Perilaku Konsumen* (Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), hlm. 51.

2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah asuransi di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD.
2. Untuk mengetahui hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD.

D. Manfaat Penelitian

Begitu juga dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Secara teoritis, dapat digunakan sebagai sumbangan tertulis berupa informasi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kualitas Nasabah.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik dan pihak lain.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga memberikan peluang terhadap perusahaan tersebut untuk menarik banyaknya Nasabah untuk lebih berminat sebagai Nasabah asuransi syariah.

E. Kerangka Pemikiran

Dari pendapat diatas dimaksudkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kepuasan atau ketidakpuasan Nasabah merupakan suatu sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi Nasabah berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa. Nasabah akan merasa puas, jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian pula sebaliknya.⁷ Di pihak lain Kotler dan Keller (2003) mengatakan bahwa kepuasan Nasabah adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasaan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan Nasabah atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh Nasabah tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan nasabah akan merasa tidak puas dan apabila

⁷ Sudaryono, *Perilaku Konsumen* (Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), hlm. 48.

produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan Nasabah.

F. Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Tahun | Judul | Pendahuluan |
|----|-----------------|-------|--|--|
| 1 | Ahmad Hidayat | 2013 | Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada member PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD | Berdasarkan hasil penelitian antara variable citra merek, jika $t_{hitung} 3.219 >$ dari $t_{tabel} 2.41413$ dan $r_{hitung} 3.219 >$ dari $r_{tabel} 2.41413$ serta $sig <$ dari 0,05 maka penelitian kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada member PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD |
| 2 | Maryanti Revani | 2014 | Pengaruh persepsi kualitas | Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat |

| | | | | |
|---|-----------------------|------|--|---|
| | | | produk dan brand image terhadap loyalitas Nasabah. | ditarik kesimpulan bahwa persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh yang di signifikan terhadap loyalitas Nasabah, sedangkan variable brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah. |
| 3 | Luthfi Tian Wibrianto | 2008 | Kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah studi kasus pada BPRS RISALAH UMMAT. | Berdasarkan hasil dari analisis korelasi kanonikal pada fungsi ke-1 lebih besar disbanding korelasi konanikal fungsi kedua dan ketiga sedangkan pengujian hipotesis dengan menggunakan wilk's hasilnya |

| | | | | |
|---|----------------------|------|--|---|
| | | | | ketiga korelasi konanik tidak signifikan artinya hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah adalah tidak signifikan. |
| 4 | Bambang Edy Suryanto | 2010 | Analisa Kepuasan Nasabah Dengan Metode Servqual Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Bengkalis. | Hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian bahwa variabel tangible, realibility, responsiveness, assurance, empaty secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada kantor Bank Rakyat Indonesia Cabang Bengkalis. |

G. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Ho : Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.

H. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara kinerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Adapun metode yang penyusun gunakan sebagai acuan untuk menentukan tahapan-tahapan dalam penyusun penelitian ini sebagai berikut :⁸

1. Metode penelitian data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sedangkan sumber data internal di dapat dari manajer PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD dan eskternal dapat dari Nasabah dengan menggunakan kuesioner.

1. Data Primer

Adapun cara mendapatkan data primer, yaitu dengan cara meninjau langsung perusahaan yang menjadi objek penelitian dan tehnik yang digunakan adalah :

⁸ Laxy J Moleong, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002) Cet ke 23, hlm. 31.

- a. Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data melalui responden dengan menyebarkan beberapa pertanyaan tertulis kepada Nasabah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen atau laporan yang bersumber dari PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD yang berkaitan.

- a. Studi kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan mempelajari buku panduan, buku pedoman, dan literatur yang relevan dengan menyusun skripsi ini.
- b. Teknik dokumentasi pengumpulan data dengan mengutip langsung data yang diperoleh dari PT. Sinarmas yang terdiri dari sejarah perusahaan, struktur organisasi.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mengadakan penilaian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Observasi dalam penelitian ini adalah observasi langsung, yakni

teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subyek yang diselidiki, baik pengamatan di dalam situasi.

b. Wawancara

Dalam wawancara terstruktur peneliti telah menyiapkan intrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan ditanyakan pada informan kemudian untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang masalah penelitian maka peneliti juga menggunakan wawancara tidak terstruktur (*unstructured inteiew*) dan menekan pada pendalaman yang terkait dengan peneltian. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari informan tersebut maka peneliti mengajukan pertanyaan lanjutan yang lebih terarah pada tujuan penelitian. Disamping sudah memiliki pengalaman beliau-beliau tersebut sudah bisa menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

I. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini tertuang dalam lima (5) bagian yang tersusun dalam bab-bab yang mana satu sama lain saling berkaitan,dan setiap bab terdiri dari sub-sub bab. Agar dapat memberikan gambaran secara garis besarnya sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah untuk penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis, metode penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II : Landasan Teori

Landasan teori pada bab II ini menjelaskan tentang makna dari perusahaan asuransi syariah yang telah melakukan pelayanan dengan baik kepada Nasabah

Bab III : Penyajian Data Penelitian

Pada bab ini membahas tentang gambaran dan karakteristik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Asuransi Sinarmas Cabang BSD.

Bab IV : Analisis Data Penelitian

Pad bab ini di bahas mengenai analisis juga dilakukan interpretasi terhadap temuan penelitian ke dalam kumpulan pengetahuan yang telah mapan,memodifikasi teori yang ada, atau menyusun teori baru, Uraian-uraian tersebut memuat tafsiran-tafsiran, analisis terhadap data yang berhasil dikumpulkan sebagai jawaban terinci atas persoalan-persoalan yang berhubungan dengan pokok masalah secara proporsional.

Bab V : Penutup

Pada bab ini adalah bab terakhsir yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dan memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh informasi dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut.