

Peningkatan Kualitas Layanan Klaim Kendaraan Roda Empat dengan Metode Six Sigma di PT. Asuransi Sinarmas

Denny Astrie Anggraini¹, Dedi Dermawan², Lukas Sirait³
Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Riau
Jl. Tuanku Tambusai Ujung Pekanbaru
E-mail : d_nny0204@yahoo.com¹, Lukassirait92@gmail.com³

Abstrak

PT. Asuransi Sinarmas adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu asuransi kendaraan mobil, sepeda motor, bangunan rumah/ruko, alat berat (*escavator*). Dalam tugas keseharian PT. Asuransi Sinarmas memberikan pelayanan klaim mobil, sepeda motor, bangunan rumah/ruko, alat berat (*escavator*). Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah banyaknya keluhan yang dirasakan pelanggan asuransi sinarmas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode six sigma (*Define, Measure, Anlayze, Improve Control*) serta juga dengan menggunakan diagram *importance satisfaction* dalam menentukan posisi kuadran yang akan dilakukan prioritas perbaikan. PT. Asuransi Sinarmas mempunyai tujuan untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dari jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis maka jenis penelitian ini termasuk penelitian observasi dengan cara survey dengan alat pengumpul data dilakukan penyebaran kuisioner. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi kepuasan dalam layanan asuransi sinarmas ada empat variabel yaitu (Pengadaan part yang lama, keterlambatan penyelesaian perbaikan kendaraan, kualitas kerja yang kurang rapi, dana spart part yang tidak original).

Kata Kunci : *Diagram Importance Satisfaction, DPMO, Keluhan, Six Sigma*

Abstract

PT. Asuransi Sinar Mas is a company engaged in services namely vehicle insurance car, motorcycles, home building, heavy equipment (excavators). the daily tasks PT.Asuransi Sinarmas provide claims service automobile, motorcycle, home building and heavy equipment (excavator). As for an issue of concern in this study is the number of customer complaints from Sinarmas insurance. the method used in this study with the six sigma method (*Define, Measure, Analyze, Improve, and Control*) And also by using diagrams importance and satisfaction in determining a position quadrant that will prioritize the improvement. PT Sinarmas Insurance has the objective to improve the services carried out by the authors of this study include the type of research observation by a survey conducted by the data collection tool questionnaire. of the results of this study concluded that satisfaction levels in the delay of the completion of repair of vehicles, provision of spare time, delays in the completion of repairs, the quality of work is less neat, and spart parts that are not original).

Key Words : *Importance Satisfaction Diagram, DPMO, Complaint, Six Sigma*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

PT. Asuransi Sinarmas adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu asuransi kendaraan mobil, sepeda motor, bangunan rumah/ ruko, alat berat (*escavator*). Dalam tugas keseharian PT. Asuransi Sinarmas memberikan

pelayanan klaim mobil, sepeda motor, bangunan rumah/ruko dan juga alat berat (*escavator*).

PT. Asuransi Sinarmas mempunyai tujuan untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen,

sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam pelayanan kepada konsumen. Namun saat ini masih terdapat keluhan oleh konsumen berkaitan dengan layanan klaim yang diterima oleh PT. Asuransi Sinarmas.

Berikut ini data klaim dan keluhan konsumen kendaraan mobil yang diterima PT. Asuransi Sinarmas selama di bulan Januari hingga Februari :

Tabel 1.
Jenis Keluhan dan Jumlah Keluhan Pada Bulan Januari – Februari 2016

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1	Lamanya pengadaan part	3
2	Tidak ada informasi kepada pelanggan tentang progres mobil	5
3	Part yang rusak tidak diganti/diperbaiki	3
4	Waktu perbaikan lama	7
5	Lamanya terbit SPK (Surat Perintah Kerja)	2
6	Part tidak ready harus order dulu	2
7	Pembayaran tidak bisa tunai harus transfer rekening	1
8	Lamanya proses klaim	1
9	Hasil perbaikan kurang memuaskan/Tidak rapi	2
10	Hasil perbaikan cat buram	1
11	Tidak adanya bengkel rekanan	1
12	Proses klaim rumit	1
Total		29

Sumber : PT. Asuransi Sinarmas, 2016

Berdasarkan tabel di atas terlihat masih cukup banyak keluhan yang terjadi, sehingga menjadi perhatian khusus bagi pihak manajemen PT. Asuransi Sinarmas untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen menuju *zero complaint*. Oleh karena itu perlu dilakukannya perbaikan sistem layanan yang sudah ada menjadi lebih baik sehingga para konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul "Peningkatan Kualitas Layanan Klaim Kendaraan Roda Empat di PT. Asuransi Sinarmas".

1.2. Tinjauan Literatur

A. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan

kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000 : 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

B. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan menurut Ratminto dan Atik (2005:2) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan menurut Ratminto dan Atik (2005:2). Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan sebagai berikut :

1. Tangibles / Bukti langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

2. Reliability / Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3. Responsiveness / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan

dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4. Assurance / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5. Emphaty / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

C. Konsep Dasar Six Sigma

Six sigma merupakan suatu disiplin pendekatan melalui data dan suatu metodologi untuk mengurangi atau meniadakan kesalahan (defect) dalam semua proses pelayanan. Dalam tingkatan sigma perusahaan dapat mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan

salah satunya dapat menggunakan metode *Define, Measure, Analyze, Improvement, Control* (DMAIC) dari Six sigma, sebagai *problem solving* dalam melakukan perbaikan secara terus menerus (Wisnubroto, 2012).

Program Six Sigma juga merupakan sistem manajemen kualitas yang memiliki target layanan dramatik 3,4 DPMO (Defects Per Million Opportunities) atau tingkat kapabilitas proses 6-sigma melalui implementasi program peningkatan terus-menerus (Continuous Improvement Programs). Apabila produk (barang/jasa) diproses pada tingkat kualitas Six Sigma, perusahaan boleh mengharapkan 3,4 kegagalan per sejuta kesempatan (DPMO) atau mengharapkan bahwa 99,99966 persen dari apa yang diharapkan pelanggan akan ada dalam produk itu.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan klaim kendaraan roda empat di PT. Asuransi Sinarmas,
2. Mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen saat ini,
3. Mengidentifikasi permasalahan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki,
4. Mengidentifikasi akar penyebab dari permasalahan yang terjadi,
5. Memberikan rekomendasi upaya perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan asuransi sinarmas.

2. Metodologi Penelitian

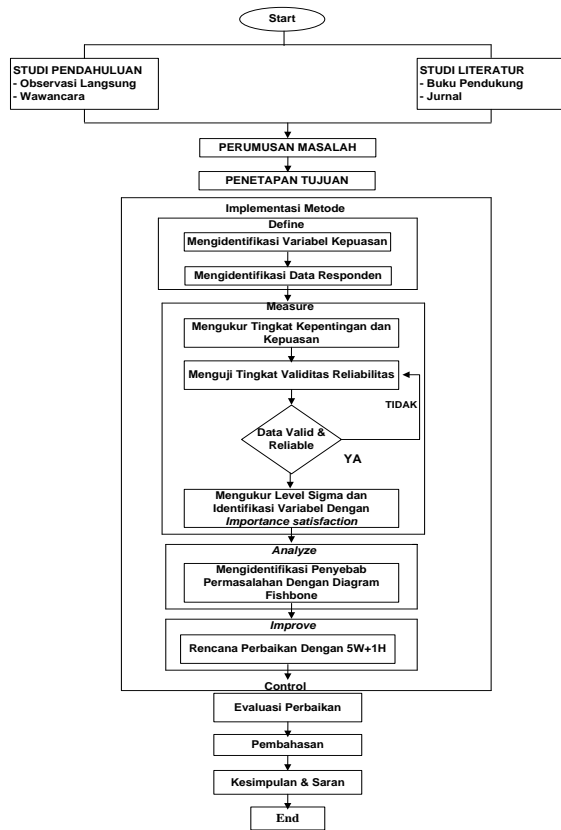
Langkah-langkah pemecahan permasalahan penelitian ini, dijelaskan pada flowchart Gambar 1.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tahap Define

3.1.1 Identifikasi Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan

Untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan terhadap layanan klaim PT. Asuransi Sinarmas maka digunakan kuisioner terbuka kepada pelanggan PT. Asuransi Sinarmas. Adapun variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan layanan klaim kendaraan roda empat di PT. Asuransi Sinarmas adalah seperti pada Tabel 2.



Gambar 1. Flowcart Metodologi Penelitian

Tabel 2. Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dimensi Kualitas	Kode	Variabel
Responsivines (daya tanggap)	V1	Memiliki mekanik keahliannya dibidang otomotif
	V2	Pengadaan part yg cepat
	V3	Ketepatan waktu selesai kendaraan diperbaiki
Assurance (jaminan)	V4	Jaminan kualitas hasil pengerjaan
	V5	Pengetahuan personal staff
Tangibles (bukti langsung)	V6	Kualitas spart part yang original
	V7	Hasil kualitas pengerjaan rapi
	V8	Kebersihan, kerapihan pada Bengkel
	V9	Kenyamanan pada bengkel
Empathy (empati)	V10	Lokasi Bengkel
	V11	Kelengkapan & kesiapan fasilitas peralatan yg digunakan pada bengkel
	V12	Pemahaman pihak perusahaan terhadap kebutuhan konsumen
	V13	Ada konfirmasi mengenai part yang ready ke costummer
	V14	Kepedulian personal bengkel terhadap kepuasan konsumen
Relability (kehandalan)	V15	Ketanggapan karyawan/ staff
	V16	Keramahan dan kesopanan staff
	V17	Kecepatan dalam layanan

Sumber : Penyebaran Kuesioner Terbuka, 2016

3.2. Tahap Measure

3.2.1. Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan

Untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan PT. Asuransi Sinarmas dilakukan penyebaran kuesioner tertutup berdasarkan pada variable Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy (Ratminto dan Atik, 2005). Selain mengacu pada 5 variabel tersebut, pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan juga mengacu pada variable yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terbuka yang telah diberikan kepada pelanggan asuransi sinarmas sebanyak 100 kuesioner.

Rekapitulasi tingkat kepentingan dan kepuasan dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

3.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data dari hasil penyebaran kuesioner tertutup diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan software SPSS 16.0. Setelah diolah, hasilnya menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga data yang dikumpulkan dapat digunakan lebih lanjut untuk pengolahan berikutnya.

3.2.3 Pengukuran Level Sigma dan Variabel Yang Menjadi Perhatian Berdasarkan Diagram Importance Satisfaction

Berikut data rata – rata tingkat kepentingan dan kepuasan variabel–variable serta level sigma kondisi saat ini yang sudah dikelompokkan berdasarkan kuadrannya :

Tabel 3. Pengukuran Level Sigma dan Posisi Variabel Kepuasan Layanan

Variabel	Rating Kepentingan	Rating Kepuasan	Gap Terhadap Kepentingan	Target Kepuasan	Tingkat Kepuasan Sekarang	DPMO	Sigma	Posisi Kuadran IS
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
V1	4.45	4.34	0.11	5.00	86.80%	132.000	2.62	B
V2	4.53	4.42	0.11	5.00	88.40%	116.000	2.70	B
V3	4.53	3.51	1.02	5.00	70.20%	298.000	2.03	A
V4	4.66	3.04	1.62	5.00	60.80%	392.000	1.77	A
V5	2.83	4.55	-1.72	5.00	91.00%	90.000	2.84	C
V6	4.16	4.1	0.06	5.00	82%	180.000	2.41	B
V7	4.75	3.14	1.61	5.00	62.80%	372.000	1.83	A
V8	4.87	3.04	1.83	5.00	60.80%	392.000	1.77	A
V9	4.25	4.25	0	5.00	85.00%	150.000	2.54	B
V10	4.25	4.59	-0.34	5.00	92%	80.000	2.90	B
V11	2.92	4.33	-1.41	5.00	86.60%	134.000	2.61	C
V12	4.74	4.81	-0.07	5.00	96.20%	38.000	3.27	B
V13	2.57	4.38	-1.81	5.00	87.60%	124.000	2.66	C
V14	2.42	4.58	-2.16	5.00	91.60%	84.000	2.88	C
V15	4.18	4.38	-0.2	5.00	87.60%	124.000	2.66	B
V16	4.44	4.78	-0.34	5.00	95.60%	44.000	3.20	B
V17	2.78	4.59	-1.81	5.00	91.80%	82.000	2.89	C

Keterangan :

- Rating kepentingan dan kepuasan menggunakan skala 1-5, dengan urutan kepentingan : 1 = sangat tidak penting, 2 = tidak penting, 3 = cukup, 4 = penting, 5 = sangat penting. Dan urutan kepuasan : 1 = sangat tidak puas, 2 = tidak puas, 3 = Cukup puas, 4 = puas, 5 = sangat puas. Nilai yang tertulis dalam kolom (2) dan (3) merupakan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari masing-masing variable layanan.
- Gap merupakan selisih antara tingkat kepentingan dan kepuasan pada kolom (2) dan kolom (3).
- Target Kepuasan merupakan nilai kepuasan tertinggi dalam skala 1-5 yaitu 5.
- Tingkat Kepuasan Sekarang = rata-rata tingkat kepuasan masing-masing variable dibagi dengan target kepuasan x 100%. Contoh : tingkat kepuasan sekarang V1 = 4,34/0,05 x 100% = 86,80%

- e. $DPMO = (1 - \text{tingkat kepuasan sekarang}) \times 1.000.000$. Contoh : $DPMO (V1) = (1 - 86,80\%) \times 1.000.000 = (1 - 0,8680) \times 1.000.000 = 132.000$
- f. Level Sigma diketahui dari tabel DPMO lampiran 5.
- g. Posisi Kuadran diketahui berdasarkan kriteria dalam diagram Importance satisfaction (IS Diagram). Variabel yang harus diperhatikan adalah variable yang berada di kuadran *Attention (A)* karena variable yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi (di atas 3) namun tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan saat ini rendah (di bawah 4).



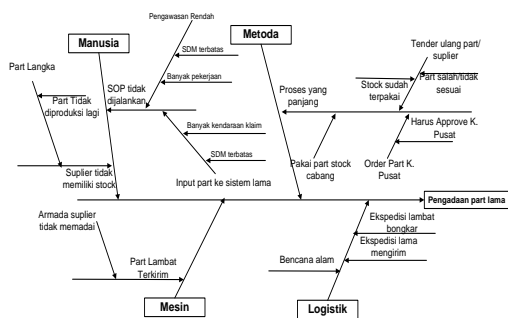
Gambar 2. Kriteria dalam Diagram IS
Sumber : Garperz, 2002

3.3 Tahap Analyze

3.3.1 Identifikasi Penyebab Permasalahan

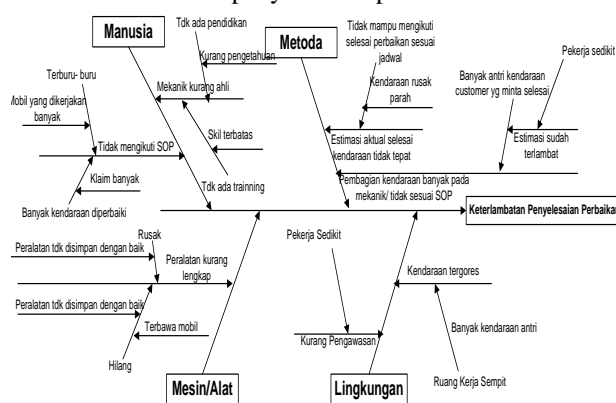
Pada tahap ini akan diuraikan berbagai kemungkinan yang diduga menjadi akar penyebab permasalahan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan klaim kendaraan roda empat di PT. Asuransi Sinarmas. Prioritas yang menjadi perhatian dan akan dianalisa adalah variabel yang berada di kuadran A pada diagram IS diatas yaitu: Pengadaan part yang cepat (V3), Ketepatan waktu penyelesaian kendaraan diperbaiki (V4), Penggunaan spart part original (V7), Kualitas hasil kerja yang rapi/baik (V8). Identifikasi penyebab permasalahan dengan diagram sebab akibat (*fishbone*) adalah sebagai berikut:

A. Pengadaan part yang terlalu lama.



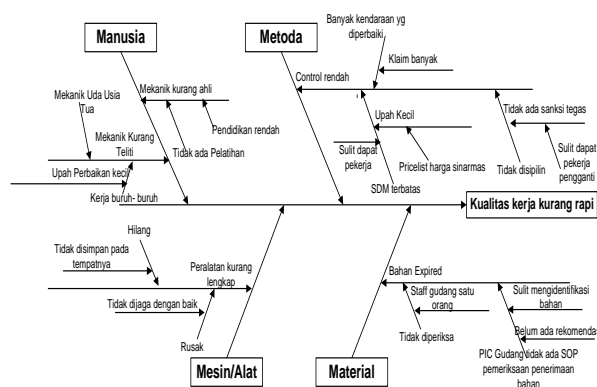
Gambar 3. Diagram Fishbone Pengadaan Part Lama

B. Keterlambatan penyelesaian perbaikan



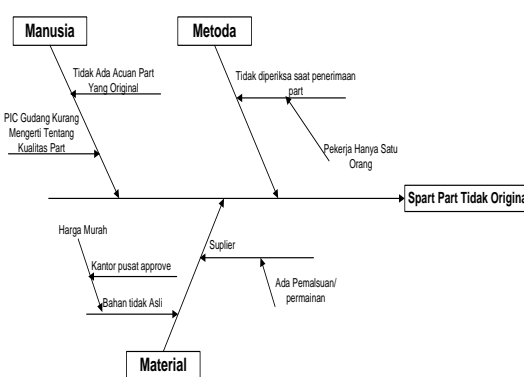
Gambar 4. Diagram Fishbone Keterlambatan Penyelesaian Perbaikan

C. Kualitas hasil kerja kurang rapi



Gambar 5. Diagram Fishbone Kualitas Kerja Kurang Rapi

D. Spare part tidak original



Gambar 6. Diagram Fishbone Spare Part Tidak Original

3.4. Tahap Improve

3.4.1. Rencana Perbaikan Dengan 5W+1H.

A. Pengadaan Part Yang Lama

B. Keterlambatan Penyelesaian Perbaikan

Tabel 4.

5W+1H Keterlambatan Penyelesaian Perbaikan

What	When	Where	Who	Why	How		
Keterlambatan penyelesaian perbaikan	1. Sekarang	PT. Asuransi Sinarmas	1. Mekanik 2. Staff 3 Perusahaan	Metode	1. Pekerja tidak mampu mengerjakan kendaraan sesuai jalur seleksi perbaikan, karena kendaraan rusak parah sehingga estimasi selesai tidak tepat waktu.	1. Menginformasikan kepada customer ada keterlambatan waktu perbaikan	
					2. Menambah tenaga kerja		
					2. Banyak anti kendaraan yang minta seleksi perbaikan karena estimasi selesai sudah tertambat dan pekerja yang bekerja sedikit/ SDM terbatas, sehingga kendaraan yg diperbaiki tidak sesuai SOP.	3. Menambah tenaga kerja	
					4. Pekerja mengikuti SOP		
				Manusia	3. Pekerja tidak memiliki pendidikan dan karyanya pengetahuan sehingga kurang ahli dalam perbaikan kendaraan	5. Perusahaan memberikan pelatihan kerja training	
					4. Pekerja tidak diberikan pelatihan training sehingga skill terbatas	6. Perusahaan memberikan pelatihan kerja training	
					5. Banyak kendaraan yang diperbaiki sehingga SOP tidak dijalankan.	7. Perusahaan memberikan sanksi bagi pekerja yang melanggar aturan	
					6. Pekerja terburu-buru karena mobil yang dikerjakan banyak sehingga pekerja tidak mengikuti SOP yang ada	8. Perusahaan memberikan sanksi bagi pekerja yang melanggar aturan	
					Lingkungan	7. Pekerja sedikit sehingga rendahnya pengawasan terhadap kendaraan yang diperbaiki.	9. Menambah tenaga kerja
						10. Setiap perbaikan harus diperiksa QC	
				Mesin/ Alat	8. Kendaraan tergeses karena ruang kerja yang sempit dan banyak anti kendaraan perbaikan	11. Mengatur setiap kendaraan sesuai departemen pos perbaikan	
					9. Peralatan hilang karena peralatan tidak disimpan dengan baik dan terbawa mobil customer keluar bengkel	12. Pekerja mengorganisir peralatan yang hilang.	
					10. Peralatan rusak karena peralatan tidak disimpan dengan baik	13. Perusahaan melengkapi peralatan/ membeli.	

D. Spare Part Tidak Original

Tabel 6.

5W+1H Spare Part Tidak Original

What	When	Where	Who	Why	How	
Spart part tidak original	1. Saat diterima dari supplier	1. Digosong spart-part	1. Supplier 2. Asuransi sinarmas	Metode	1. Pekerja hanya satu orang sehingga tidak ada pemeriksaan saat pemesanan part	1. Menambah staff gudang
					Manusia	2. Tidak ada acuan part yang original saat pemesanan part
				Material		3. Staff gudang kurang memahami tentang kualitas part
					4. Harga murah sesuai permintaan kantor pusat sehingga bahan tidak asli	5. Evaluasi
				5. Ada pemaksaan dari supplier	6. Pinta kerja sama	

3.5 Tahap Control

Dengan adanya perubahan sistem kerja baik prosedur dan proses klaim saat ini diharapkan berjalan secara terus- menerus agar tercapainya keinginan dan kepuasan pelanggan asuransi sinarmas. Berikut hasil evaluasi perbaikan yang dilakukan dihitung dalam DPMO dan level sigma dan kuadran Importance satisfaction.

Tabel 7
Evaluasi Perbaikan

Variabel	Rating Kepentingan	Rating Kepuasan	Gap Terhadap Kepentingan	Tingkat Kepuasan Baru	DPMO BARU	Sigma baru	Kuadran Baru
V3	4,83	3,83	0,83	80%	200.000	2,34	A
V4	4,8	4,8	0	96%	40.000	3,25	B
V7	4,86	4,86	0	97,20%	28.000	3,41	B
V8	4,83	4,5	0,33	90%	100.000	2,78	B

4. Simpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel- variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Asuransi Sinarmas terhadap layanan klaim kendaraan roda empat ada 17 variabel seperti dalam table 5.7. Antara lain : Memiliki mekanik yang ahli dibidang otomotif, Ketepatan waktu penyelesaian kendaraan diperbaiki, Kualitas hasil kerja yang rapi, dan Penggunaan spart part yang original.
2. Adapun yang dibandingkan variabel yang memiliki tingkat kepentingannya tinggi dan tingkat kepuasannya yaitu dengan kode sebagai berikut: Ketanggapan karyawan dan staff (V1), Memiliki mekanik yang ahli dibidang otomotif (V2), Pengetahuan personal staff (V6), dan Kecepatan dalam layanan (V17).
3. Permasalahan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki yaitu yang berada pada kuadran A (*Attention*), yaitu (pengadaan part yang lama, keterlambatan penyelesaian perbaikan, hasil kualitas kerja kurang rapi, dan spart part tidak original).
4. Dari 4 permasalahan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki, maka diketahui penyebab permasalahan umumnya adalah kurangnya *man*

C. Kualitas Hasil Kerja Kurang Rapi

Tabel 5.

5W+1H Kualitas Hasil Kerja Kurang Rapi

What	When	Where	Who	Why	How	
Kualitas hasil kerja kurang rapi	1. Sekarang	1. PT. Asuransi Sinarmas	1. Mekanik/pekerja 2. Staff 3. Perusahaan	Metode	1. Banyak kendaraan yang diperbaiki dan kendaraan klaim, sehingga tidak terkontrol kendaraan	1. Menambah tenaga kerja
					2. SDM terbatas karena upah perbaikan kecil dan sulit mencari pekerja	2. Mengatur setiap kendaraan sesuai departemen pos perbaikan
					3. Perusahaan tidak menjalankan sanksi tegas karena sulit mencari seorang pekerja	3. Evaluasi harga perbaikan
					4. Menambah tenaga kerja	
					5. Evaluasi sistem sekarang	
				Manusia	4. Mekanik kurang ahli karena tidak ada pelatihan kerja/ training dan pendidikan yang rendah	6. Menciptakan pelatihan kerja training
					5. Mekanik sudah tua sehingga sering tidak teliti/ lupa	7. Evaluasi hasil kerja
					6. Kerja buru- buru karena upah perbaikan kendaraan kecil.	8. Kontrol perbaikan diperiksa
				Material	7. Staff gudang hanya satu orang sehingga bahan yang expired tetap digunakan terpaksa karena tidak diperiksa	9. Evaluasi harga perbaikan
					8. Pe- gudang tidak ada SOP pemeriksaan pemesanan bahan, karena belum ada rekomendasi dan sulit untuk mengidentifikasi bahan	10. Menambah staff gudang
				Mesin/ Alat	9. Peralatan rusak karena tidak dijaga dengan baik sehingga peralatan kurang lengkap	11. Staff gudang memeriksa kualitas bahan
					10. Peralatan hilang karena tidak disimpan setelah digunakan sehingga peralatan kurang lengkap	12. Staff harus memeriksa secara kasat mata bahan yang diterima
				14. Pekerja mengorganisir peralatan yang hilang.		

- power*, tidak diterapkannya SOP dengan benar, kurangnya *control* terhadap setiap pos-pos/departemen, banyak kendaraan yang diperbaiki sehingga tidak optimal pekerja dalam mengerjakan tugas yang diberikan, part tidak original, suplier dari luar kota yang menyebabkan lamanya tunggu part (part ready), sistem sering *error connection*, serta pengendalian manajemen tidak ada.
5. Perbaikan yang harus dilakukan dalam peningkatan kualitas terhadap layanan klaim kendaraan roda empat pada PT. Asuransi Sinarmas antara lain sebagai berikut : (Korwil cepat merespon email, menambah jam kerja karyawan), (menambah tenaga kerja), (mengikuti SOP) (membuat SOP penerimaan part, training).

Saran

1. Bagi perusahaan agar dapat terus melakukan perbaikan berkelanjutan menuju *zero complain*.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel yang mempengaruhi kepuasan lainnya. Selain yang digunakan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Fandy Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran (Edisi II). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2] Firdian E, Surachman dan Purnomo B. 2012. Aplikasi Metode Servqual dan Six sigma.
- [3] Gaspersz, Vincent, 2003. Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas, Penerbit PT. Gramedia Pustaka utama, Jakarta.
- [11] Geiger, R. Perren, R. Kuenzli, R. & Escher, F. (2005). Carbon Dioxide Evolution and Moisture Evaporation During Roasting of Coffee Beans. *Journal of Food Science* **70**(2), E124-E130.
- [12] Nkondjock A. 2009. Coffee consumption and the risk of cancer: an overview. *Cancer Letters* **277**(2):121–5.
- [13] Joko Nugroho W.K, Juliaty Lumbanbatu, Sri Rahayoe (2009) Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian Terhadap Sifat Fisik Mekanis Biji Kopi Robusta.
- [14] Schwartzberg, H. G. (2000). Modelling bean heating during batch roasting of coffee beans. In *Engineering and Food for the 21st Century*, edited by J. Welti-Chanes, G. Barbosa-Canovas, JM
- [4] Imam Ghozali. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Kato, Isao & Smalley, Art. 2011, Toyota Kaizen Method, Penerbit PT. Gradien Mediatama, Yogyakarta.
- [6] Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Costumer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka pelajar.
- [9] Ridwan, Asep., (2010) ‘Perbaikan Kinerja Layanan Bank Dengan Pendekatan Lean Service, Proceeding Seminar Nasional IV Manajemen dan Rekeyasa Kualitas
- [10] Wirjono Projodikoro, Pengantar Asuransi di Indonesia, Intermedia, Jakarta, 1996.
- [11] Wisnubroto P dan Anggoro T. 2012. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode Six sigma Pada Hotel Malioboro INN Yogyakarta.
- [12] Sri Rejeki Hartono, Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.