

# Jurnal DESIMINASI TEKNOLOGI



Diterbitkan Oleh :  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

JURNAL  
DESIMINASI TEKNOLOGI

VOL. 9

NOMOR 2

HAL.: 92 - 165

JULI 2021

# JURNAL DESIMINASI TEKNOLOGI

## FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

VOLUME 9 NOMOR 2

p-ISSN 2303-212X

e-ISSN 2503-5398

JULI 2021

### DAFTAR ISI

Halaman

#### **EVALUASI KUALITAS RUANG TERBUKA PUBLIK MENGGUNAKAN GOOD PUBLIC SPACE INDEX DI KOTA PALEMBANG**

*Monaliza Agustina (Dosen Arsitektur UIGM).....*92 – 99

#### **ANALISA PENGARUH SUDUT DATANG SINAR MATAHARI TERHADAP KINERJA SOLAR CELL 50 Wp**

*Madagaskar, Abdul Muin, M. Ali, Dadang Istate (Dosen Teknik Mesin UTP).....*100 – 104

#### **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN ALAT PENGGULUNG TALI PLASTIK DUA ROLL DENGAN PENGGERAK MOTOR LISTRIK**

*Sukarmansyah, Rita M. V., M. Amin F., Hermanto Ali, Salman K. (Dosen Teknik Mesin UTP).....*105 – 114

#### **ANALISIS INDEKS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP ASURANSI JASINDO DENGAN METODE QUALITY OF SERVICE**

*Evan Kahmeldi, Hermanto Emzed, Winmy Andalia (Dosen Teknik Industri UTP).....*115 – 120

#### **PERENCANAAN SETTING RELAY DIFFERENTIAL SEBAGAI PROTEKSI UTAMA TRANSFORMATOR 500 MVA GITET 500/275 KV MUARA ENIM PT. PLN (PERSERO) UIP SUMBAGSEL**

*M. Aditya Firnanda, Ishak Effendi, Dyah Utari Y.W. (Dosen Teknik Elektro UTP).....*121 – 129

#### **EVALUASI KINERJA FLYOVER JAKABARING MENGGUNAKAN PROGRAM MICROSIMULATOR VISSIM 8.00**

*Felly Misdalena (Dosen Teknik Sipil UTP).....*130 – 134

#### **ANALISA KONTINGENSI SISTEM KELISTRIKAN DI PT. PUPUK SRIWIDJAJA**

*Wildan Firdaus, Yuslan Basir, Dyah Utari Y.W. (Dosen Teknik Elektro UTP).....*135 – 143

#### **PENGARUH PENAMBAHAN SUPERPLASTICIZER DAN SILICA FUME TERHADAP KUAT TEKAN MORTAR DENGAN FAS 0,3**

*Indra Syahrul Fuad (Dosen Teknik Mesin UTP).....*144 – 151

#### **RANCANG BANGUN BENTUK CHASIS DAN SISTEM REM GO-KART STANDAR RACE DENGAN PENGGERAK MOTOR BAKAR**

*Martin L.K., Iskandar Husin, Zulkarnain Fatoni, Nur Ari Pratama (Dosen D3 Teknik Mesin UTP).....*152 – 160

#### **PERHITUNGAN KAPASITAS RUANG SERBAGUNA PASCA PANDEMI COVID-19 DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

*Andy Budiarto (Dosen Arsitektur UTP).....*161 – 165

## PRAKATA

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya sehingga jurnal ilmiah *Desiminasi Teknologi* dapat dikenal pada lingkungan Fakultas Teknik dan civitas akademika teknik di seluruh Indonesia.

Jurnal *Desiminasi Teknologi* disusun dari berbagai penelitian dan kajian dosen dan atau mahasiswa internal Fakultas Teknik UTP dan dosen atau mahasiswa dari fakultas Teknik di luar Universitas Tridinanti Palembang yang memiliki penelitian untuk dipublikasikan. Jurnal ini terdiri dari berbagai rumpun ilmu teknik, diantaranya: Teknik Sipil, Teknik Mesin, Teknik Elektro, Teknik Industri, Arsitektur dan teknik lainnya.

Pada edisi kali ini, Jurnal Desiminasi Teknologi telah memasuki terbitan Volume 9 Nomor 2 edisi Juli 2021, dan kami beritahukan juga bahwa Jurnal Desiminasi Teknologi telah terdaftar secara elektronik dengan nomor e.ISSN 2503-5398.

Segala kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat kami harapkan untuk perbaikan penulisan jurnal ini di masa mendatang dan kepada semua pihak yang ikut terlibat dalam proses penerbitan jurnal ini, kami ucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya.

Palembang, Juli 2021

Redaksi

## ANALISIS INDEKS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP ASURANSI JASINDO DENGAN METODE *QUALITY OF SERVICE*

**Evan Kahmeldi<sup>11</sup>, Hermanto Emzed<sup>12</sup>, Winny Andalia<sup>13</sup>**

*Email Korespondensi: Evankahmeldi@gmail.com*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada asuransi Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelanggan & kerja terhadap produktivitas kerja. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis Metode *Quality Of Service* dengan bantuan program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan pada pelanggan sangat signifikan Rata-rata nilai persepsi pelanggan pada dimensi bukti langsung (*tangible*) sebesar 2,9864 (harapan 2,794), keandalan (*reliability*) sebesar 3,000 (harapan 2,712), jaminan (*assurance*) sebesar 2,321 (harapan 2,243), empati (*emphaty*) sebesar 2,115 (harapan 2,067) lebih besar dari nilai harapan pelanggan. Sedangkan rata-rata nilai persepsi pelanggan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu 2,700 (harapan 3,149).

**Kata kunci:** empati, jaminan, keandalan, nyata, responsivitas

**Abstract:** *This study aims to determine the level of customer satisfaction with insurance. Is there a significant influence between customers & work on work productivity. The number of samples in this study were 100 respondents. The method of collecting data using a questionnaire. The analytical method used is descriptive analysis and analysis of the Quality Of Service Method with the help of the program. The results showed that the customer satisfaction variable was very significant. The average value of customer perceptions on the tangible dimension is 2.9864 (expectation 2.794), appears (reliability) is 3.000 (expectation 2.712), assurance (assurance) is 2.321 (expectation 2.243), empathy (emphaty)) 2,115 (2,067 expectations) greater than the value of customer expectations. While the average assessment of customer perceptions on the dimension of responsiveness (responsiveness) is 2,700 (expectation 3,149).*

**Keywords:** *empathy, assurance, reliability, real, responsiveness*

<sup>12,13</sup> Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tridianti Palembang.

<sup>11</sup> Alumni Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tridianti Palembang.

### PENDAHULUAN

Perusahaan yang ingin berkembang dan selalu bertahan harus dapat memberikan kepada para pelanggan produk baik barang maupun jasa yang bermutu lebih baik, harga bersaing, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sehubungan dengan itu dibutuhkan hadirnya usaha peransuransian yang tangguh yang dapat menampung kerugian yang timbul oleh adanya berbagai resiko. Kebutuhan akan asuransi dalam tata usaha peransuransian juga merupakan salah

satu saran financial dalam tata kehidupan ekonomi rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko financial yang timbul sebagai akibat dari resiko yang paling mendasar yaitu, resiko alamiah datangnya kematian, maupun dalam menghadapi berbagai resiko harta benda yang dimiliki.

### TINJAUAN PUSTAKA

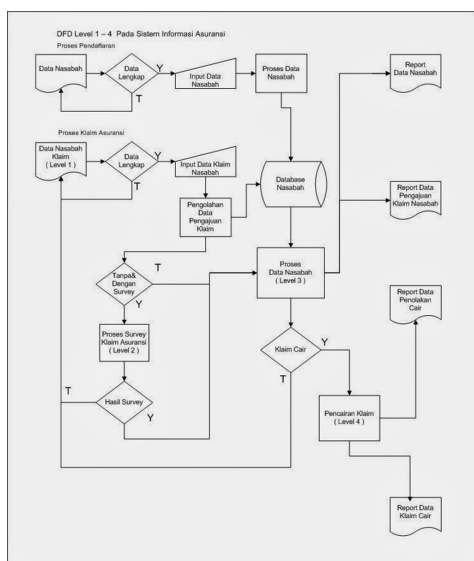
Kepuasan *Satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2016:177). Jadi,

kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian asosiatif kausal dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dengan variabel terikat kepuasan pelanggan adalah pendekatan kuantitatif (sugiyono,2013)



**Gambar 1.** Data Flow Diagram Proses Pelayanan Pada Asuransi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Asuransi Jasa Indonesia adalah perusahaan yang bergerak pada bidang usaha di sektor perasuransian Dalam perjalanan bersejarahnya, melalui Keputusan Menteri Keuangan No.764/MK/IV/12/1972 tertanggal 9 Desember 1972, pemerintah Indonesia memutuskan untuk melakukan merger antara PT Asuransi Bendasraya dan PT Umum Internasional

Underwriters (UIU) menjadi PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero) sebagai sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang usaha Asuransi Umum. Pengesahan penggabungan tersebut selanjutnya dikukuhkan dengan Akta Notaris Mohamad Ali Nomor 1 tanggal 2 Juni 1973.

Dalam menyuguhkan layanan profesional dan terbaiknya, Asuransi Jasindo senantiasa memegang teguh nilai-nilai budaya perusahaan yang teguh nilai-nilai budaya perusahaan yang ditanamkan yaitu Asah, Asih dan Asuh. Selain itu, Asuransi Jasa Indonesia juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang prima demi memenuhi kepuasan Tertanggung. Asuransi Jasindo juga banyak mendapatkan dukungan reasuradur terkemuka dari seluruh belahan dunia, seperti Swiss Re dan Partner Re, dalam memberikan back-up reasuransi, terutama pertanggungan yang bersifat mega-risk.

### Visi dan Misi PT. Asuransi Jasa Indonesia

#### 1. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan asuransi umum indonesia terbaik.

#### 2. Misi Perusahaan

Menyediakan jasa asuransi pilihan pelanggan melalui layanan bernilai tambah dan menjalankan peran aktif dalam peningkatan kesejahteraan bangsa. Dalam mencapai visi dan misinya, Jasindo berkomitmen untuk menerapkan nilai-nilai budaya sebagai berikut : Budaya perusahaan jasindo dibangun dengan nilai-nilai yang diyakini, dijalankan dan menjadi perilaku keseharian serta kebiasaan seluruh insan jasindo nilai-nilai budaya perusahaan tersebut adalah AKHLAK.

##### 1. Amanah

Jasindo memegang teguh amanah yang telah diberikan.

##### 2. Kompeten

Jasindo terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

##### 3. Harmonis

Jasindo saling peduli dan menghargai antar perbedaan.

##### 4. Loyal

Jasindo berdedikasi dan mengutamakan kepinginan bangsa dan negara.

**Analisis dan Pembahasan**  
**Hasil Uji Validitas Kuisisioner**

Teknik dalam penelitian ini uji validitas *pearson's correlation product moment* yang dianalisis secara manual . Berikut ini akan di sajikan hasil uji validitas dari setiap masing-masing dimensi butir pertanyaan persepsi dan harapan dengan jumlah responden sebesar 100 maka  $df = 100 - 2 = 98$  :  $\alpha = 5\%$ , Maka  $r_{tabel}$  0,227.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Harapan Pelanggan

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Hara**

Variabel	Butir pertanyaan	$r_r$
Tangible	1	0,728
	2	0,750
	3	0,675
	4	0,773
Reliability	1	0,705
	2	0,698
	3	0,693
	4	0,698
Responsiveness	1	0,698
	2	0,693
	3	0,698
	4	0,693
Assurance	1	0,698

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat di ketahui bahwa semua item pertanyaan pada semua dimensi harapan pelanggan dinyatakan valid. Hal ini *dikarenakan* nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan harapan pelanggan layak digunakan sebagai instrument dan layak untuk dianalisis.

**Hasil Uji Realibilitas Kuisisioner**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dalam hal ini kuisisioner dapat digunakan, dipercaya, dan diandalkan dalam penelitian. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kuisisionersaling berkorelasi. Koefisien penilaian reliabilitas suatu instrumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Pengukuran Skala Kuisisioner

penilaian reliabilitas suatu instrumen adalah se

**Tabel 4.3 Pengukuran Sk**

0,800 – 1,000	=Baik
0,600 – 0,799	=Dapat

**Tabel 3.** Hasil Uji Reabilitas

**Tabel 4.4 Hasil Uji R**

Dimensi	Alf
<b>Persepsi</b>	
1. <i>Tangibles</i>	0,728
2. <i>Reliability</i>	0,750
3. <i>Responsiveness</i>	0,675
4. <i>Assurance</i>	0,773
5. <i>Empaty</i>	0,705
<b>Harapan</b>	
1. <i>Tangibles</i>	0,698
2. <i>Reliability</i>	0,693

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa pada masing-masing dimensi baik persepsi pelanggan maupun harapan pelanggan mempunyai nilai *cronbach alpha* antara 0,600 – 0,799 dan 0,800 – 1,000 yang artinya pengujian reliabilitas dapat diterima, atau instrumen-instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian cukup handal/reliabel.

**Pengolahan Data Dengan Metode *Quality Of Servqual***

Sutarman (2012:4), “Pengolahan Data adalah proses perhitungan/transformati data input menjadi informasi yang mudah dimengerti ataupun sesuai dengan yang diinginkan”

Pada tahapan pengolahan data pada model Servqual menerapkan pasangan 18 skala atribut yang identik, dimana skala yang satu merupakan upaya penilaian kinerja yang dirasakan dari suatu pelayanan dan skala lainnya merupakan taksiran terhadap harapan pelanggan tentang level pelayanan yang nantinya ia terima, Berikut ini akan disajikan rata-rata dari setiap pertanyaan dan pelayanan yang sudah dianalisis dari responden yang datang pada Asuransi Jasindo :

**Tabel 4.** Nilai Rata-rata Setiap Dimensi Persepsi dan Harapan Pelanggan

Nilai Rata-Rata Setiap D	
No	Pertany:
<b>Tangibles</b>	
1	Kebersihan kantor
2	Kecanggihan sistem k
3	Desain eksterior dan i
4	Penampilan rapi dan k
Rata-rata	
<b>Reliability</b>	
1	Komitmen dalam mel
2	Ketepatan waktu pelaj
3	Ketepatan jasa yang d
4	Kepercayaan konsum karyawan
Rata-rata	
<b>Responsiveness</b>	
1	Ketepatan karyawan
2	Kecepatan karyawan
3	Sikap dan kinerja kary
4	Jam operasional
Rata-rata	
<b>Assurance</b>	
1	Cara berkomunikasi k pelanggan

**Tabel 5.** Hasil Pengujian Model Servqual

Tabel 4.	
No	Pe
<b>Tangibles</b>	
1	Keber
2	Kecan
3	Desain
4	Penan karyawan
Rata-rata	
<b>Reliability</b>	
1	Komit
2	Ketep:
3	Ketep:
4	Keper keand
Rata-rata	
<b>Responsiveness</b>	
1	Ketep:
2	Kecep
3	Sikap
4	Jam o
Rata-rata	
<b>Assurance</b>	
1	Cara b pelanggan
2	Penge

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua nilai rata-rata persepsi dan harapan pelanggan bernilai positif nilai rata-rata tertinggi terletak pada dimensi *reliability* dan *tangibles* untuk persepsi pelanggan pada dimensi *responsiveness* dan *tangibles* pada harapan pelanggan.

Besarnya Gap dengan metode t servqual kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan per dimensi merupakan selisih antara persepsi dan harapan pelanggan. Adapun besarnya nilai gap pada masing-masing dimensi ditunjukkan pada Tabel 5

Rumus :

$$\begin{aligned}
 Q \text{ (keseluruhan)} &= P - E \\
 &= 0,663 - 0,664 \\
 &= -0,001
 \end{aligned}$$

Pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai servqual adalah 0,150.

Penilaian kualitas pelayanan dapat ditunjukkan melalui nilai servqual, dimana nilai servqual yang semakin kecil dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tersebut adalah semakin buruk. Sebaliknya jika nilai servqual semakin besar maka kualitas pelayanan semakin baik. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan analisis pada nilai pengujian servqual pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut.

Rata-rata skor harapan pelanggan dan persepsi pelanggan, serta hasil gap untuk masing-masing dimensi dapat dilihat pada tabel 4.7 Harapan pelanggan pada umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan pelayanan yang diterima pelanggan.

**Tabel 6.** Besarnya gap (Kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima) perdimensi

pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap pel  
perdimensi

Dimensi	Persepsi	1
Bukti Langsung ( <i>Tangible</i> )	2,864	
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	3,000	

Nilai servqual pada dimensi bukti langsung (*tangible*) keandalan (*reliability*), jaminan (*Assurance*), empati (*emphaty*) bernilai positif artinya bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Asuransi Jasindo telah sesuai dengan harapan pelanggan.

Sedangkan nilai gap untuk dimensi daya tanggap (*responsiveness*) negatif artinya pelayanan dalam hal daya tanggap pada pelanggan tidak sesuai dengan harapan pelanggan sehingga perlu diperhatikan.

Dengan demikian dari nilai gap yang dihasilkan maka dimensi yang harus diperhatikan oleh pihak Asuransi Jasindo adalah dimensi daya tanggap (*responsiveness*) seperti tindakan cepat saat konsumen membutuhkan pelayanan klaim dan serta mengunjungi pelanggan seperti perpanjangan asuransi.

## SIMPULAN

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan metode *Service Quality* maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain :

1. Rata-rata nilai persepsi pelanggan pada dimensi bukti langsung (*tangible*) sebesar 2,9864 (harapan 2,794), keandalan (*reliability*) sebesar 3,000 (harapan 2,712), jaminan (*assurance*) sebesar 2,321 (harapan 2,243), empati (*emphaty*) sebesar 2,115 (harapan 2,067) lebih besar dari nilai harapan pelanggan. Sedangkan rata-rata nilai persepsi pelanggan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu 2,700 (harapan 3,149).
2. Bagaimana hubungan antara asuransi terhadap pelanggan yaitu dari hasil penelitian menunjukan baik hubungan antara asuransi terhadap pelanggan karena terdapat

beberapa dimensi mendapatkan nilai yang lebih besar dari pada harapan.

3. Bagaimana Kualitas pelayanan pelanggan dari Asuransi Jasindo yang belum memenuhi kepuasan pelanggan (harapan pelanggan) karena memiliki gap negatif adalah pelayanan dari dimensi daya tanggap (*responsiveness*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Anisah Fitriah (2017). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Service Quality (servqual)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Kholil, Muhammad. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Servqual* Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di PT. NGK Ceramics Indonesia. Vol. 5 Edisi 3.
- Kurniawan, Henrie. (2015). Pengaruh *Service Quality, Customer Statisfication* Terhadap *Beharvioural Intetion* Pada Layanan Citilink. Universitas Surabaya. Vol.4 No.2
- Mustofa, muchmad. (2016). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *service quality (servqual) fuzzy*. di PT. Pos Indonesia Sidoarjo. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim. Hal 1-14.
- Nurwulan, Fita asri. (2014). Analisis Pelayanan Jasa Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Dki Jakarta Dengan Metode *Service Quality*. Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung. Vol.02.
- Noor, Syafrudin. (2013). Analisa Kualitas Pelayanan Untuk Mengetahui Persepsi dan Harapan Pelanggan Dengan metode *Service Quality (Servqual)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal 1- 15.
- Sarja, Ni Luh Ayu Kartika Yunitasari. (2018). Pengukuran Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Dosen Menggunakan metode *Servqual*. STIKOM Bali. Vol.12 No.2.



Sulaeman, Elis Reynata (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut. Vol.14 No.2

Wulandari, Rika. (2016). Analisis Quality Of Service (QoS) pada jaringan internet Lipi : UPT Loka Uji Teknik Penambangan Jampang Kulon.

Yuniar, Sri suci. (2014). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual.) di PT. X. Institut Teknologi Nasional (itenas) Bandung.