

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH ASURANSI MARINE HULL
DI PT. ASURANSI JASA INDONESIA JAKARTA**
*CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF MARINE HULL'S CUSTOMER
IN PT. ASURANSI JASA INDONESIA JAKARTA*

Septiana Listiningrum¹, Arief Daryanto¹, Koes Pranowo¹

¹Institut Pertanian Bogor
Jl. Raya Darmaga Bogor 16680
[email: septiana.listiningrum@gmail.com](mailto:septiana.listiningrum@gmail.com)

Diterima: 16 Desember 2015, Revisi 1: 11 Januari 2016, Revisi 2: 25 Januari 2016, Disetujui: 5 Februari 2016

ABSTRAK

Asuransi rangka kapal didisain untuk menutup seluruh resiko yang dihadapi dalam pengoperasian kapal. Beberapa tahun terakhir, pendapatan premi asuransi rangka kapal di PT. Asuransi Jasa Indonesia mengalami penurunan akibat banyak perusahaan pelayaran yang menutup asuransi rangka kapalnya di perusahaan asuransi lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan nasabah asuransi rangka kapal PT. Asuransi Jasa Indonesia dan mengidentifikasi atribut-atribut mana saja yang menjadi prioritas perbaikan. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan pelayaran yang menjadi nasabah asuransi PT. Asuransi Jasa Indonesia di DKI Jakarta sebanyak 23 perusahaan, sampel penelitian sebanyak 20 perusahaan dengan alasan data kuesioner yang valid untuk dianalisis dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index* dan *Importance-Performance Analysis*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa indeks kepuasan nasabah asuransi PT. Asuransi Jasa Indonesia sebesar 67.82% yang masih termasuk dalam kategori puas. Berdasarkan hasil IPA, ada 14 atribut dari dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* yang menjadi prioritas perbaikan. Dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan adalah dari dimensi *reliability* dan *responsiveness*. Analisis QFD sendiri dilakukan untuk mencari solusi perbaikan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, asuransi rangka kapal, CSI, IPA, QFD

ABSTRACT

Marine hull insurance is designed to cover all the risk for the vessel, machines, and all the equipments from all sea perils. In the last few years, PT. Asuransi Jasa Indonesia's premium income is decreasing due to many shipping company prefer to cover their Hull and Machinery insurance on other insurance company than PT. Asuransi Jasa Indonesia. The purpose of this research is to analyze the customer satisfaction of PT. Asuransi Jasa Indonesia and finding which attributes need to be improved. The population in this study is all of PT. Asuransi Jasa Indonesia's customer in total 23 shipping companies, the number of sample used are only 20 companies. Customer Satisfaction Index and Importance-Performance Analysis was used to analyze the customer satisfaction and to see the attributes of service quality which needs to be improved. The result of this research shows that the satisfaction index is 67.82% which can be categorized as "satisfied". As per Importance-Performance analysis, there are 14 attributes of service quality and perceived value which placed on 1st Kuadrant. The attributes prioritized to be improved are from the dimensions of reliability and responsiveness. QFD is used to find the best solution for the improvement.

Keywords: service quality, marine hull, insurance, IPA, CSI, QFD

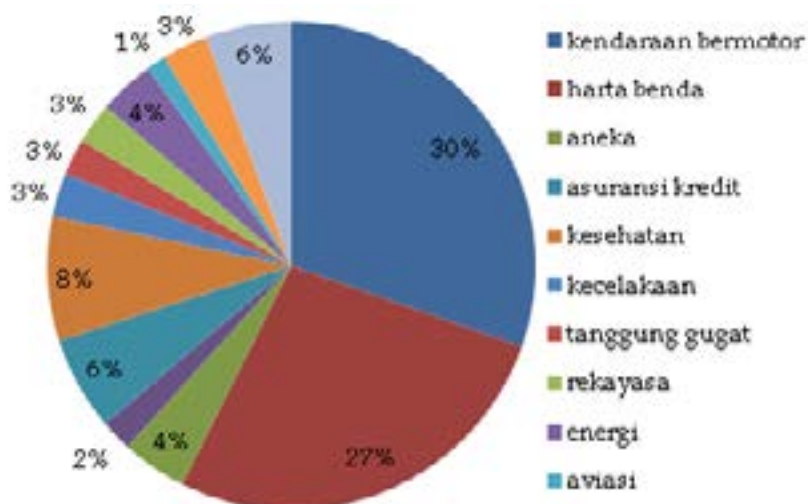
PENDAHULUAN

Sebagai suatu negara kepulauan, sektor maritim merupakan sektor yang signifikan bagi Indonesia, oleh sebab itu transportasi laut merupakan satu hal yang penting. Untuk mengantisipasi kurangnya jumlah kapal, pada awalnya pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1992 tentang Pelayaran Nasional yang menyebutkan bahwa pelayaran dikuasai oleh negara dan pembinaan dilakukan oleh pemerintah. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa pelayaran Indonesia menggunakan Asas *Cabotage*, artinya pelayaran yang dilakukan dalam wilayah pabean Indonesia haruslah menggunakan kapal milik nasional. Asas *Cabotage* sendiri mulai digalakan pada paruh akhir 2005, setelah sembilan tahun pelaksanaan kebijakan Asas *Cabotage* ini, memang telah terbukti dapat meningkatkan investasi nasional. Hal ini terlihat dari perkembangan moda transportasi laut di Indonesia. Pada tahun 2014 tercatat ada 14,156 unit kapal nasional, angka tersebut bertambah sebanyak 7,728 unit dibandingkan pada tahun 2006 yang tercatat sebanyak 6,041 unit.

Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2008

Tentang Pelayaran diatur mengenai kewajiban pengangkut (pemilik/operator kapal) dalam Pasal 40 dan 41. Pengangkut (pemilik/operator kapal) bertanggung jawab terhadap keselamatan dan keamanan penumpang dan/atau barang yang diangkutnya. Salah satu cara untuk menanggulangi risiko yang dapat terjadi akibat pengoperasian kapal yaitu dengan cara mengalihkan risiko (*transfer of risk*) kepada pihak lain, dimana pihak lain sebagai penerima risiko dan mampu mengelola risiko tersebut adalah perusahaan asuransi. Asuransi *Marine Hull* atau asuransi rangka kapal didisain khusus untuk memberikan jaminan komprehensif terhadap kapal, mesin, dan perlengkapannya dari bahaya laut dan risiko pelayaran (*navigational perils*).

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI), pangsa pasar asuransi rangka kapal (*marine hull*) adalah 3% dari total pangsa pasar asuransi umum. Pendapatan premi asuransi rangka kapal sendiri hingga triwulan III 2014 adalah sebesar Rp 1,18 triliun, jumlah ini meningkat sebesar 12,7% dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya dengan jumlah Rp. 1,04 triliun, dapat dilihat pada gambar 1.



Sumber: Asosiasi Asuransi Umum Indonesia Tahun 2014

Gambar 1. Pangsa Pasar Asuransi Umum Hingga Triwulan Tiga Tahun 2014

Pada tabel 1 dijabarkan mengenai pendapatan premi dari enam perusahaan asuransi yang menawarkan produk asuransi rangka kapal. Dari keenam perusahaan tersebut, asuransi rangka kapal dari Jasindo memang memiliki pendapatan asuransi paling besar tiap tahunnya, namun jika dicermati lebih dalam terlihat bahwa peningkatan pendapatan

asuransi Jasindo pada tahun 2013 jauh lebih kecil dibandingkan perusahaan Asuransi Central Asia dan Asuransi Astra. Pada tahun 2013, peningkatan pendapatan premi Jasindo hanya sebesar Rp.22,659 miliar, sementara perusahaan Asuransi Central Asia berhasil mendapatkan peningkatan pendapat premi sebesar Rp.34,974 miliar dan Asuransi Astra sebesar

Rp.32,459 miliar. Hal ini perlu diteliti lebih dalam mengapa peningkatan pendapatan premi Jasindo lebih sedikit dibandingkan ke-dua perusahaan asuransi lainnya.

Berdasarkan visi PT. Asuransi Jasindo yaitu, “Menjadi perusahaan yang tangguh dalam persaingan global dan menjadi *market leader* di pasar domestik” Jasindo harus mampu memberikan proteksi berkualitas tinggi serta berperan aktif dan berdaya saing tinggi dalam pasar domestik. Peningkatan pendapatan premi yang relatif sedikit mungkin disebabkan oleh banyak perusahaan pelayaran yang menutup asuransi kapalnya di perusahaan lain dibandingkan dengan menutupnya di Jasindo. Ditambah lagi PT. Asuransi Jasa Indonesia sendiri belum pernah melakukan/menyebarkan kuesioner kepuasan nasabahnya.

Analisis mengenai kepuasan nasabah perusahaan asuransi khususnya PT. Asuransi Jasa Indonesia oleh Abrori (2013), penelitian mengenai kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Cabang Fatmawati dengan menggunakan metode servqual juga per-

nah dilakukan oleh Ramadan (2006). Selain itu, analisis tentang peningkatan kepuasan nasabah Bank NISP telah dilakukan oleh Halim (2007). Ketiga penelitian di atas meneliti mengenai kepuasan nasabah produk asuransi/perbankan dalam segmen retail, perbedaan dengan penelitian ini adalah nasabahnya yang merupakan nasabah korporat.

Melihat hal ini, penelitian akan menganalisis bagaimana kepuasan nasabah selama ini terhadap pelayanan Jasindo dan melihat apakah ada pelayanan-pelayanan yang membutuhkan perbaikan. Dari penjelasan tersebut, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana tingkat kepuasan perusahaan pelayaran terhadap nasabah asuransi *Marine Hull* di PT Asuransi Jasa Indonesia di DKI Jakarta? (2) Atribut mana saja yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia? (3) Implikasi manajerial apa saja yang dapat dilakukan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia untuk dapat memperbaiki kualitas layanannya?

Tabel 1. Pendapatan Premi Asuransi Rangka Kapal Beberapa Perusahaan Asuransi

	2011	2012	2013
Asuransi Jasa Indonesia	251,759	291,191	313,850
Asuransi Central Asia	66,369	101,343	134,718
Asuransi Astra	59,525	68,657	101,116
Asuransi Wahana Tata	76,429	93,766	99,668
Asuransi Dayin Mitra	49,020	80,229	49,667
Asuransi Tugu Pratama Indonesia	3,382	3,793	5,553

Sumber: Annual Reports Perusahaan Asuransi Tahun 2011-2013

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepuasan Pelanggan

Zeithaml et al (2007) berpendapat bahwa kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Menurut Rangkuti (2006), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian suatu produk barang atau jasa. Mengacu pada Hansemark dan Albinson (2004), kepuasan konsumen secara keseluruhan mengacu pada sikap terhadap penyedia layanan, atau hubungan emosional pada perbedaan di

antara apa yang diantisipasi konsumen dan apa yang menjadi tujuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, atau tujuannya

B. Jasa

Menurut Rangkuti (2006), jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud

dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kepercayaan konsumen merupakan unsur kunci dari keberhasilan yang memungkinkan perusahaan untuk tumbuh dan menunjang perdagangan antara penjual dan pembeli yang tidak saling mengenal.

C. Asuransi Rangka Kapal (*Hull and Machinery*)

Asuransi rangka kapal (*Marine Hull*) adalah asuransi yang memberikan jaminan perlindungan kepada pemilik kapal atas resiko-resiko yang akan timbul berkaitan dengan fisik dan perlengkapan kapal yang menjadi satu bagian utuh dari kapal. Resiko-resiko yang timbul dan dapat merugikan pemilik kapal dikategorikan ke dalam dua bagian yaitu *Perils of the Sea* dan *Perils on the Sea*. Goodacre (1996) dalam bukunya menjabarkan bahwa menurut *Marine Insurance Act 1906* “*Maritime Perils means the perils consequent on, or incidental to, the navigation of the sea, that is to say, perils of the seas, fire, war perils, pirates, rovers, thieves, captures, seizures, restraints, and detentions of princes and people, jettisons, barratry, and any other perils, either of the like kind or which may be designated by the policy*”. Pernyataan tersebut menjabarkan bahwa bahaya di laut adalah gabungan dari resiko yang ada dalam *perils of the sea* dan *perils on the sea* yang dapat merugikan pemilik kapal pada saat berlayar.

D. Model Kualitas Pelayanan (*Service Quality – SERVQUAL*)

Parasuraman et al (1990) melakukan pengkajian mengenai penilaian metode SERVQUAL yang disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman adalah *Tangibles* (berwujud) yang berkenaan dengan daya tarik fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan, hingga penampilan karyawan. *Reliability* (keandalan) yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama tanpa ada kesalahan dan dalam menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang disepakati. *Responsiveness* (ketanggapan) yang berkaitan dengan kesediaan, kompetensi karyawan dalam membantu pelanggan, ketanggapan dalam

merespon permintaan pelanggan serta kesediaan memberikan informasi kapan saja, dan pemberian jasa secara tepat sasaran. *Assurance* (jaminan) yang merupakan salah satu perilaku perusahaan, khususnya karyawan, yang mampu menumbuhkan rasa percaya dari pelanggan terhadap perusahaan dan mampu memberikan rasa aman bagi pelanggan. *Empathy* (empati) merupakan tindakan perusahaan dalam memahami situasi, kondisi, dan masalah pelanggan, mendahulukan kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan.

E. *Perceived Value*

Customer Perceived Value adalah evaluasi pelanggan pada selisih antara seluruh keuntungan yang didapat terhadap keseluruhan pengorbanan yang dikeluarkan (Kotler, 2008). Pernyataan Kotler ini senada dengan yang dipaparkan oleh Zeithaml (1988) yang mendefinisikan bahwa nilai pelanggan adalah penilaian menyeluruh atas kegunaan suatu produk barang/jasa berdasarkan persepsi dari apa yang diterima dan apa yang dikorbankan. Dapat dikatakan bahwa pelanggan melakukan penilaian dengan cara membandingkan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang telah dilakukan dalam memperoleh suatu produk barang/jasa.

F. *Quality Function Deployment*

Dalam sebuah modul dari Warwick Manufacturing Group (2007) dipaparkan bahwa *Quality Function Deployment* adalah sebuah sistem dalam mendesain sebuah produk barang atau jasa yang berdasarkan atas permintaan/kebutuhan pelanggan yang melibatkan seluruh anggota produsen dan supplier. Dalam bahasa Jepang, *deployment* merujuk pada perluasan aktivitas, maka *Quality Function Deployment* adalah tanggung jawab perusahaan dalam memproduksi suatu barang/jasa yang berkualitas yang juga harus dilakukan oleh seluruh aspek dalam perusahaan. Sistem ini dapat dimengerti dengan mendefinisikan satu persatu ‘*Quality Function Deployment* sebagai berikut:

- *Quality* - Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen

- *Function*-Apa yang harus dilakukan – Memfokuskan strategi
- *Deployment*- Siapa yang akan melakukan, kapan dilakukan

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian mengenai kepuasan nasabah asuransi *marine hull* di PT. Asuransi Jasa Indonesia di DKI Jakarta ini dilakukan di wilayah Jabodetabek, dengan alasan karena perusahaan-perusahaan pelayaran yang menjadi nasabah asuransi *marine hull* PT. Asuransi Jasa Indonesia terletak di wilayah ini. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Oktober hingga November 2015.

B. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dan *explanatory* dengan metode survai yang dilakukan kepada nasabah (perusahaan pelayaran) yang menggunakan jasa asuransi *marine hull* di PT Jasa Asuransi Indonesia di DKI Jakarta. Penelitian ini meneliti perusahaan-perusahaan pelayaran yang mengasuransikan kapalnya di PT Asuransi Jasa Indonesia di satu waktu tertentu dan setiap perusahaan yang dimintakan datanya hanya dilakukan satu kali sehingga penelitian ini bersifat *cross sectional study*.

C. Teknik pengumpulan data dan informasi

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada nasabah asuransi rangka kapal yang telah melakukan pembelian kembali minimal satu kali. Pengambilan data dilakukan dengan panduan daftar pertanyaan atau kuesioner yang terstruktur. Berkaitan dengan penentuan sampel, maka apabila banyaknya subjek populasi kurang dari 100, maka lebih baik menggunakan penelitian populasi (*sensus*). Untuk populasi nasabah asuransi rangka kapal di Jasindo, jumlah perusahaan yang mengasuransikan kapalnya di Jasindo <30 perusahaan. Berdasarkan data yang didapat penulis dari PT. Asuransi Jasa Indonesia terkait nasabahnya, hanya 23 Perusahaan Pelayaran yang disebar kuesioner dan hanya 20 data kuesioner yang valid dan dapat diolah. Dua

puluh perusahaan ini menjadi sampel penelitian karena dua puluh perusahaan ini dapat dianggap mewakili seluruh nasabah asuransi *marine hull* di PT. Asuransi Jasa Indonesia, maka dapat dianggap metode *sampling* dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*.

D. Customer Satisfaction Index (CSI)

Pengukuran terhadap indeks kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui besarnya indeks kepuasan yang dihasilkan oleh suatu produk. Menurut Irawan dalam Sukardi (2006), tanpa adanya CSI tidak mungkin *top management* dapat menentukan tujuan dalam peningkatan kepuasan konsumen. Menurut Eboli dan Mazzula (2009), CSI merupakan pengukuran kepuasan yang baik karena merangkum penilaian pengguna atau konsumen tentang berbagai atribut pelayanan dalam skor tunggal. Semakin akurat pemilihan atribut, maka semakin akurat pula ukuran kepuasan keseluruhan. Analisis indeks kepuasan pelanggan digunakan untuk melihat sejauh mana kinerja perusahaan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan teknik pembobotan. Langkah pertama dalam perhitungan CSI adalah dengan menentukan *Mean Satisfaction Index*, tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Important Score* dan *Mean Satisfaction Score*. Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut.
2. Menghitung *Weight Factors* yang merupakan bobot persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut dengan menggunakan rumus:

$$WF = \frac{MIS}{\sum MIS} \dots\dots\dots (1)$$

3. Menghitung *Weight Score* yang merupakan perkalian antara *Weight Factors* dengan rata-rata tingkat kepuasan (MSS)
4. Terakhir, menghitung *Customer Satisfaction Index* dengan menggunakan rumus:

Nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI di-

gunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah.

Menurut Wildan dalam Sukardi dan Chandrawatisma (2006), tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan seperti yang dipaparkan pada tabel 2.

Tabel 2. Nilai dan kriteria CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

Sumber: Wildan dalam Sukardi dan Chandrawatisma (2006)

E. Importance-Performance Analysis (IPA)

Menurut Kotler (1997), jasa dapat diperingkat menurut kepentingan pelanggan (*Customer Importance*) dan kinerja perusahaan (*Company Performance*). Kepentingan diperingkat dengan skala empat titik, seperti; sangat penting, penting, kurang penting, dan tidak penting. Sedangkan kinerja juga diperingkat dengan skala empat titik, seperti: sangat baik, baik, kurang baik, dan tidak baik.

Untuk sumbu mendatar (X) merupakan skor untuk jasa yang dirasakan, sedangkan untuk sumbu tegak (Y) merupakan skor untuk jasa

yang diharapkan. Skor-skor penilaian tersebut akan disederhanakan untuk mendapatkan nilai rata-rata masing-masing faktor. Penyederhanaan masing-masing faktor penilaian tersebut dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

X_i : Skor kepuasan terhadap kinerja perusahaan

Y_i : Skor harapan/ekspektasi responden terhadap kinerja perusahaan

\bar{X} : Skor rata-rata penilaian kepuasan terhadap kinerja Perusahaan

\bar{Y} : Skor rata-rata penilaian harapan/ekspektasi responden terhadap kinerja Perusahaan

n : Jumlah sampel

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah baris yang berpotongan pada titik-titik (X,Y). Untuk X adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang dirasakan, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang diharapkan. Masing-masing dimensi penilaian baik skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan (X) maupun skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan (Y) dijabarkan ke dalam empat bagian Diagram Kartesius seperti pada gambar 2.



Sumber: wong, hideki, george, 2010

Gambar 2. Diagram Kartesius – Importance-Performance Analysis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 3, terlihat bahwa mayoritas nasabah asuransi *Hull and Machinery* di PT. Asuransi Jasindo merupakan pelanggan yang loyal yaitu 75%, karena mereka telah menggunakan jasa asuransi dari Jasindo selama lebih dari empat tahun. Dua puluh persen diantaranya merupakan nasabah-nasabah yang pernah melakukan perpanjangan lebih dari dua kali di PT. Asuransi Jasindo. Sebagian besar perusahaan pelayaran yang diteliti mengasuransikan kurang dari lima unit kapalnya di PT. Asuransi Jasindo (50%), namun hanya 15% responden yang

mengasuransikan seluruh kapalnya di PT. Asuransi Jasindo.

Terdapat 45% perusahaan yang menggunakan asuransi lain selain PT. Asuransi Jasindo. Mayoritas alasan perusahaan pelayaran tersebut menggunakan jasa asuransi dari perusahaan selain dari PT. Asuransi Jasindo adalah karena mereka merasa perusahaan asuransi lain memiliki fasilitas dan layanan yang lebih baik dari PT. Asuransi Jasindo (33%), sedangkan lainnya karena alasan terikat dengan bank (*banker's clause*), harga premi lebih murah dan pengurusan klaim yang lebih mudah.

Tabel 3. Karakteristik umum responden

Karakteristik umum responden	Freq.	Pres.
Lama menggunakan jasa asuransi Marine Hull di PT. Asuransi Jasindo		
Lebih dari 4 tahun	15	75%
2 - 3 tahun	4	20%
1 - 2 tahun	1	5%
Banyak kapal yang diasuransikan		
Seluruh Kapal	3	15%
Lebih dari 10 kapal	5	25%
5 - 10 kapal	2	10%
kurang dari 5 kapal	10	50%
Menggunakan Asuransi selain Jasindo		
Hanya Jasindo	11	55%
Menggunakan As Lain	9	45%
Alasan menggunakan asuransi selain Jasindo		
Banker's Clause	2	22%
Premi Lebih Murah	2	22%
Claim lebih mudah	2	22%
Fasilitas/pelayanan lebih baik	3	33%
Pernah mengajukan Klaim dalam 5 tahun terakhir		
Ya	12	60%
Tidak	8	40%

Sumber: Hasil survei, 2015

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* pada tabel 4 diperoleh nilai CSI sebesar 67.82%. Merujuk pada panduan survei kepuasan, hasil sebesar 67.828% ini berada pada kisaran 0,66 – 0,80 yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah asuransi *Marine Hull* di PT. Asuransi Jasa Indonesia merasa puas dengan kinerja perusahaan. Meskipun nasabah asuransi *Marine Hull* secara keseluruhan merasa puas dengan kinerja PT. Asuransi Jasa Indonesia, perusahaan tetap harus dapat meningkatkan kinerjanya agar indeks kepuasan konsumennya dapat terus meningkat, sehingga konsumen dapat

merasa sangat puas terhadap kinerja layanan dan produk jasa yang disediakan oleh pihak perusahaan secara keseluruhan.

Hasil perhitungan rata-rata untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan tiap atribut pelayanan dapat dilihat di Tabel 5. Berdasarkan jawaban dari 20 responden/nasabah asuransi yang diteliti, maka diperoleh hasil kesesuaian antara harapan dan persepsi nasabah yaitu jumlah dari perhitungan total kinerja dan harapan yang masing-masing adalah 93.45 dan 125.95, sedangkan rata-ratanya masing-masing adalah 3.3375 dan 4.4982.

Tabel 4. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Dimensi	Rata-rata kepuasan	Rata-rata kepentingan	WF	WS
<i>Tangible</i>	3.475	3.175	0.119	0.413
<i>Reliability</i>	2.979	4.786	0.179	0.534
<i>Responsiveness</i>	2.975	4.700	0.176	0.524
<i>Assurance</i>	3.479	4.707	0.176	0.613
<i>Emphaty</i>	3.933	4.633	0.174	0.683
<i>Perceived Value</i>	3.550	4.700	0.176	0.625
<i>Total</i>	20.390	26.701	1	3.391
				67.828

Sumber: Hasil olah data, 2015

Tabel 5. Atribut Dalam Kuadran 1 pada Kuadran *Importance Performance Analysis*

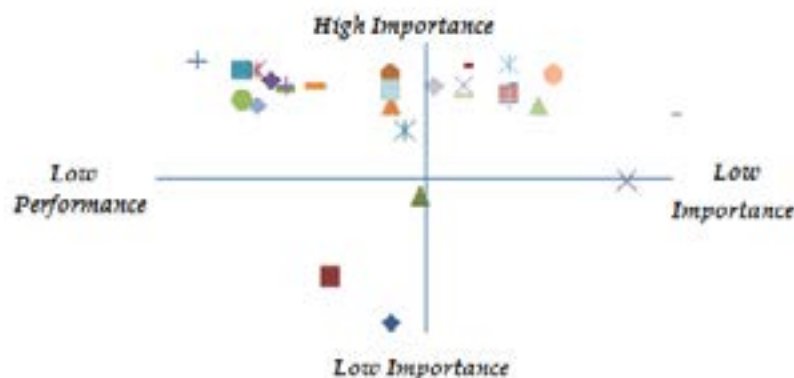
No	Pertanyaan	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan
Tangible			
T1	Kantor Jasindo yang mudah dijangkau	3.3	2.4
T2	Ketersediaan lahan parkir yang luas	3.1	2.85
T3	Ruang meeting yang nyaman	3.4	3.65
T4	Karyawan Jasindo berpakaian sopan dan rapi	4.1	3.8
Reliability			
R1	Prosedur aplikasi penutupan asuransi yang mudah.	3.35	4.3
R2	Prosedur perpanjangan asuransi yang mudah.	3.3	4.85
R3	Prosedur pengajuan klaim yang mudah.	2.65	5
R4	Kemudahan dalam transaksi pembayaran premi.	2.9	4.95
R5	Proses penutupan asuransi hingga diterimanya polis dilakukan dalam waktu yang dijanjikan.	2.95	4.7
R6	Proses perpanjangan asuransi hingga diterimanya polis dilakukan dalam waktu yang dijanjikan.	2.9	4.8
R7	Proses pengajuan klaim hingga klaim ditutup dilakukan dalam kurun waktu yang sesingkat-singkatnya.	2.8	4.9
Responsiveness			
Rs1	Karyawan Jasindo menginformasikan nasabah ketika periode asuransi mendekati tanggal jatuh tempo.	3.3	4.55
Rs2	Karyawan Jasindo segera memberi respon dan menindaklanjuti permintaan nasabah terkait penutupan/perpanjangan/ pengajuan klaim.	2.85	4.9
Rs3	Pengurusan administratif terkait polis (endorsement dan sebagainya) segera dikerjakan oleh karyawan Jasindo dan diselesaikan dalam waktu yang dijanjikan.	2.8	4.6
Rs4	Karyawan selalu memberikan <i>update</i> informasi mengenai proses penutupan, perpanjangan, dan klaim	2.95	4.75
Assurance			
A1	Reputasi perusahaan asuransi yang baik	3.7	4.75
A2	Kejelasan karyawan yang bertanggung jawab atas asuransi (<i>Person in Charge</i>) (Nama dan Nomor Telepon diberikan dan selalu dapat dihubungi)	3.05	4.75
A3	Karyawan Jasindo memiliki pengetahuan yang memadai untuk memberikan penjelasan dan informasi yang dibutuhkan dan/atau ditanyakan oleh nasabah	2.85	4.55
A4	Karyawan Jasindo selalu bersedia menjawab pertanyaan nasabah mengenai prosedur asuransi.	3.8	4.55
A5	Karyawan Jasindo memiliki kompetensi dalam menjalani seluruh prosedur asuransi	3.7	4.65
A6	Jasindo menunjuk pihak Surveyor yang berintegritas tinggi (tidak berpihak) dalam melakukan survei saat terjadi klaim.	3.55	4.75

A7	Perusahaan menunjuk adjuster yang terpercaya berintegritas tinggi (tidak berpihak) saat terjadi klaim.	3.7	4.95
Emphaty			
E1	Karyawan berperilaku sopan, ramah, dan sabar dalam melayani nasabah	3.85	4.85
E2	Karyawan mampu memahami kondisi dan kebutuhan nasabah	3.7	4.6
E3	Karyawan memberikan perhatian dan selalu mengutamakan kepentingan nasabah	3.3	4.45
Perceived value			
PV1	Harga premi asuransi yang diberikan kompetitif	3.55	4.65
PV2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk asuransi rangka kapal	3.45	4.75
PV3	Kesesuaian harga dengan pelayanan perusahaan	3.65	4.7
Jumlah		93.45	125.95
Rata- rata		3.3375	4.4982

Sumber: Hasil olah data, 2015

Berdasarkan perhitungan rata-rata yang telah diperoleh pada tingkat kinerja dan kepentingan, kemudian dibuat dalam bentuk diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA) dengan meletakkan skor tingkat kinerja (*performance*) sebagai sumbu mendatar (X) dan tingkat kepentingan (*importance*) sebagai sumbu tegak (Y). Dengan demikian akan dapat diketahui pengelompokan atribut ke dalam setiap kuadran IPA. Berdasarkan diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA), maka atribut-atribut pelayanan PT. Asuransi Jasa Indonesia terhadap nasabah *Hull and Machinery*-nya

dapat dikelompokkan pada masing-masing kuadran. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I yang merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh nasabah, namun pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan nasabah (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan lagi kinerjanya. Bentuk diagram IPA yang telah dibuat berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh sebelumnya dapat dilihat pada gambar 3.



Sumber: Hasil Analisis, 2015

Gambar 3. Hasil Analisis *Importance-Performance Analysis*

Berdasarkan diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA) di atas, maka atribut-atribut pelayanan PT. Asuransi Jasa Indonesia terhadap nasabah *Hull and Machinery*-nya dapat dikelompokkan pada masing-masing kuadran. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I yang merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh nasabah, namun pada kenyataannya fak-

tor-faktor ini belum sesuai dengan harapan nasabah (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan lagi kinerjanya. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dilihat rata-rata kepuasan nasabah dan kepentingannya bagi nasabah pada tabel 6.

Tabel 6. Atribut Dalam Kuadran 1 pada Kuadran *Importance Performance Analysis*

No.	Atribut	Rata-rata Kepuasan	Rata-rata Kepentingan
1	Prosedur aplikasi penutupan asuransi yang mudah.	3.35	4.3
2	Prosedur perpanjangan asuransi yang mudah.	3.3	4.85
3	Prosedur pengajuan klaim yang mudah.	2.65	5
4	Proses penutupan asuransi hingga diterimanya polis dilakukan dalam waktu yang dijanjikan.	2.95	4.7
5	Proses perpanjangan asuransi hingga diterimanya polis dilakukan dalam waktu yang dijanjikan.	2.9	4.8
6	Proses pengajuan klaim hingga klaim ditutup dilakukan dalam kurun waktu yang sesingkat-singkatnya.	2.8	4.9
7	Karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia menginformasikan nasabah ketika periode asuransi mendekati tanggal jatuh tempo.	3.3	4.55
8	Karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia segera memberi respon dan menindaklanjuti permintaan nasabah terkait penutupan/perpanjangan/ pengajuan klaim.	2.85	4.9
9	Pengurusan administratif terkait polis (<i>endorsement</i> dan sebagainya) segera dikerjakan oleh karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia dan diselesaikan dalam waktu yang dijanjikan.	2.8	4.6
10	Karyawan selalu memberikan <i>update</i> informasi mengenai proses penutupan, perpanjangan, dan klaim	2.95	4.75
11	Kejelasan karyawan yang bertanggung jawab atas asuransi (<i>Person in Charge</i>) (Nama dan Nomor Telepon diberikan dan selalu dapat dihubungi)	3.05	4.75
12	Karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia memiliki pengetahuan yang memadai untuk memberikan penjelasan dan informasi yang dibutuhkan dan/atau ditanyakan oleh nasabah	2.85	4.55
13	Kesesuaian harga dengan kualitas produk asuransi rangka kapal	3.45	4.75
14	Kesesuaian harga dengan pelayanan perusahaan	3.65	4.7

Sumber: Hasil olah data, 2015

A. Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

Setelah melakukan analisis Gap dengan menggunakan SERVQUAL dan IPA, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis *Quality Function Deployment* (QFD). Salah satu hal terpenting dalam analisis QFD adalah *House of Quality* (HoQ). Berikut adalah tahapan dalam mengimplementasikan QFD (Tutuhatunewa, 2010):

1. Analisis *Voice of Customer*

Langkah awal yang dilakukan dalam menyusun metode QFD yaitu dengan mengetahui dan mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh suatu konsumen atau sering dikenal dengan *voice of customer* (VOC). Tahap ini dilakukan survey untuk memperoleh suara konsumen yang tentu akan memakan waktu

dan membutuhkan ketrampilan mendengarkan. Proses QFD membutuhkan data konsumen yang ditulis sebagai atribut-atribut dari produk atau *service*. Diketahui bahwa terdapat empat belas atribut dimensi kualitas pelayanan dan *perceived value* berdasarkan analisis IPA yang digunakan sebagai *voice of customer* pada *House of Quality*, yaitu atribut yang berada di kuadran I (prioritas utama).

2. Analisis *Planning Matrix*

Langkah selanjutnya dalam perancangan *House of Quality* adalah matriks perencanaan yang terdiri dari:

a. *Importance to customer* (ItC), *Customer Satisfaction Performance* (CSP) dan *Ex-*

pected Satisfaction Performance (ESP). Nilai kepentingan untuk *Importance to Customer*, *Customer Satisfaction Performance* dan *Expected Satisfaction Performance* diperoleh dari tingkat

kepentingan hasil kuesioner mengenai kepentingan atribut bagi nasabah. Nilai-nilai ini dapat dilihat pada tabel 7.

b. *Improvement Ratio (IR)*

Improvement Ratio atau Rasio Perbaikan

Tabel 7. *Importance to Customer (ItC), Customer Satisfaction Performance (CSP), Expected Satisfaction Performance (ESP)*

No.	Kode Atribut	CSP	ESP	ItC
1	R1	3.35	4.8	4.3
2	R2	3.3	4.9	4.85
3	R3	2.65	5	5
4	R5	2.95	5	4.7
5	R6	2.9	5	4.8
6	R7	2.8	5	4.9
7	Rs1	3.3	5	4.55
8	Rs2	2.85	5	4.9
9	Rs3	2.8	5	4.6
10	Rs4	2.95	5	4.75
11	A2	3.05	4.9	4.75
12	A3	2.85	4.95	4.55
13	PV2	3.45	4.8	4.75
14	PV3	3.65	4.9	4.7

Sumber: Hasil olah data, 2015

adalah nilai perbandingan antara tujuan masa depan (kinerja yang diinginkan) dengan kenyataan saat sekarang (kinerja saat ini). Kinerja tujuan masadepan adalah nilai tertinggi dalam skala kinerja yang ditetapkan industri (skala 5). Contoh perhitungan untuk *Improvement Ratio* atribut no.1 adalah sebagai berikut:

c. *Raw Weight (RW)*

Raw Weight atau Skala Kepentingan

$$IR = \frac{ESP}{CSP} = \frac{4.8}{3.35} = 1.4328$$

Konsumen merupakan informasi mengenai perbaikan dari banyak atribut kebutuhan menurut kepentingan konsumen yang dapat dilakukan oleh pihak PT. Asuransi Jasa Indonesia. *Raw Weight* didapatkan dengan mengalikan tingkat kepentingan konsumen dengan rasio perbaikan. Contoh perhitungan *Raw Weight* untuk atribut nomor 1 adalah sebagai berikut:

d. *Normalized Raw Weight*

Normalized Raw Weight atau Normalisasi Skala Kepentingan Konsumen mer-

$$RW = ItC \times IR = 4.3 \times 1.4328 = 6.1612$$

upakan bentuk persen dari perbandingan NRW dengan total NRW. Hubungan yang dapat dijelaskan adalah bahwa semakin tinggi nilai RW maka semakin tinggi pula nilai NRW yang artinya adalah semakin besar prioritas atribut kepentingan konsumen tersebut untuk diperhatikan dan dilakukan perbaikan. Contoh perhitungan *Normalized Raw Weight* untuk atribut nomor 1 adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian yang dijabarkan pada Tabel 8 menunjukkan terdapat 5 kinerja utama PT. Asuransi Jasa Indonesia yang memerlukan

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW} = \frac{6.1612}{107.9963} = 0.0571$$

Tabel 8. Submatriks Perencanaan *House of Quality* PT. Asuransi Jasa Indonesia (*Marine Hull*)

No.	Kode Atribut	IR	RW	NRW (%)	Peringkatt
1	R1	1.433	6.161	5.705	14
2	R2	1.485	7.202	6.668	10
3	R3	1.887	9.434	8.735	1
4	R5	1.695	7.966	7.376	7
5	R6	1.724	8.276	7.663	4
6	R7	1.786	8.750	8.102	2
7	Rs1	1.515	6.894	6.383	11
8	Rs2	1.754	8.596	7.960	3
9	Rs3	1.786	8.214	7.606	5
10	Rs4	1.695	8.051	7.455	6
11	A2	1.607	7.631	7.066	9
12	A3	1.737	7.903	7.318	8
13	PV2	1.391	6.609	6.119	12
14	PV3	1.342	6.310	5.842	13

Sumber: Hasil olah data, 2015

perhatian utama yaitu: 1) Prosedur pengajuan klaim yang mudah, 2) Proses pengajuan klaim hingga klaim ditutup dilakukan dalam kurun waktu yang sesingkat-singkatnya, 3) Karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia segera memberi respon dan menindaklanjuti permintaan nasabah terkait penutupan/perpanjangan/ pengajuan klaim, 4) Proses perpanjangan asuransi hingga diterimanya polis dilakukan dalam waktu yang dijanjikan, dan 5) Pengurusan administratif terkait polis/*endorsement* dan sebagainya) segera dikerjakan oleh karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia dan diselesaikan dalam waktu yang dijanjikan. Angka kinerja yang rendah akan menghasilkan rasio perbaikan yang

tinggi dan penurunan kinerjanya akan cepat terlihat oleh konsumen.

3. *Technical Response* / Kebutuhan Tindakan Teknis

Rancangan tindakan teknis merupakan tindakan yang disarankan untuk dilaksanakan agar menjamin kepuasan konsumen dan keberlangsungan suatu industri. Identifikasi tindakan teknis didasarkan pada kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia dalam meningkatkan kinerjanya. Penentuan alternatif dilakukan dengan pertimbangan dari hasil pengamatan lapangan dan dari hasil referensi pustaka. Pemaparan tindakan teknis dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Rancangan dan Target Tindakan Teknis

No.	Technical Response	Target
1	Mempermudah prosedur terkait perpanjangan asuransi.	Perpanjangan asuransi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2	Mempermudah prosedur terkait penutupan asuransi.	Penutupan asuransi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
3	Mempermudah prosedur klaim asuransi.	Proses klaim dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien.
4	Memberikan pengarahan kepada karyawan bahwa nasabah adalah raja.	Menjaga hubungan baik dengan nasabah, meningkatkan ketanggapan, empati, keakraban, dan penyambutan terhadap nasabah.

5	Mempermudah prosedur administratif .	Seluruh pengurusan administratif seperti <i>endorsement</i> dan sebagainya dapat dilakukan dengan efisien dan efektif waktu sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama.
6	Menginformasikan pada nasabah PIC yang bertanggung jawab.	Nasabah memiliki kontak karyawan yang selalu bisa dihubungi.
7	Menyelenggarakan training asuransi H&M bagi karyawan.	Agar karyawan memiliki pengetahuan yang lebih baik mengenai asuransi H&M.
8	Meningkatkan kualitas produk asuransi H&M PT. Asuransi Jasa Indonesia.	Memberikan nilai lebih di mata nasabah dalam memilih penutupan asuransi H&M.

Sumber: Hasil olah data, 2015

4. Analisis hubungan *Whats* dan *Hows*

Analisis *House of Quality* ini pada dasarnya terdiri dari dua elemen yaitu elemen *what* dan *how*. Elemen *what* terdiri dari atribut-atribut kualitas layanan dan *perceived value* yang didapat dari hasil seleksi IPA. Sedangkan elemen *how* merupakan langkah lanjutan yang dibuat oleh peneliti dan manajemen

PT. Asuransi PT. Asuransi Jasa Indonesia dalam menerjemahkan keinginan nasabah ke dalam langkah-langkah perencanaan dan pengembangan layanan agar diperoleh cara-cara perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah asuransi *Marine Hull* PT. Asuransi PT. Asuransi Jasa Indonesia. Tabel 10 merupakan penjabaran elemen-elemen *how* untuk elemen *what*.

Tabel 10. Elemen *How* Untuk Elemen *What*

No.	Technical Response	Voice of customer								NSKK/NRW
		Mempermudah prosedur terkait perpanjangan asuransi	Mempermudah prosedur terkait penutupan asuransi	Mempermudah prosedur klaim asuransi	Memberikan pengarahan kepada karyawan bahwa nasabah adalah raja	Mempermudah prosedur administratif	Menginformasikan pada nasabah PIC yang bertanggung jawab	Menyelenggarakan training asuransi H&M bagi karyawan	Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan asuransi H&M PT. Asuransi Jasa Indonesia	
1	R1	0	3	0	0	2	0	0	1	5.705
2	R2	3	0	0	0	2	0	0	1	6.668
3	R3	0	0	3	0	2	0	1	1	8.735
4	R5	0	3	0	2	2	0	0	1	7.376
5	R6	3	0	0	2	2	0	0	1	7.663
6	R7	0	0	3	2	2	0	0	1	8.102
7	Rs1	0	0	0	3	1	2	2	1	6.383
8	Rs2	0	0	0	3	3	2	0	1	7.960
9	Rs3	0	0	0	3	3	0	0	1	7.606
10	Rs4	0	0	0	3	0	2	0	1	7.455
11	A2	0	0	0	3	1	3	2	1	7.066

12	A3	0	0	0	3	0	0	3	1	7.318
13	PV2	2	2	3	0	0	0	0	3	6.119
14	PV3	3	3	3	3	3	1	3	3	5.842
Nilai Prioritas		72.760	69.010	86.398	195.174	166.176	70.637	75.114	123.924	
Peringkat		5	7	4	1	2	8	6	3	

Sumber: Hasil olah data, 2015

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa tindakan teknis yang disarankan untuk dilaksanakan adalah yang memiliki prioritas tertinggi. Berikut ini adalah penjabaran urutan tindakan yang disarankan untuk dilaksanakan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia dari peringkat tertinggi ke terendah:

- Memberikan pengarahan pada karyawan asuransi H&M PT. Asuransi Jasa Indonesia bahwa nasabah adalah raja.
- Memper memudahkan prosedur administratif.
- Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan asuransi H&M PT. Asuransi Jasa Indonesia
- Memper memudahkan prosedur klaim asuransi.
- Memper memudahkan prosedur terkait perpanjangan asuransi
- Menyelenggarakan training asuransi H&M bagi karyawan
- Memper memudahkan prosedur terkait penutupan asuransi
- Menginformasikan pada nasabah PIC yang bertanggung jawab.

Delapan poin *technical response* ini dianggap dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen. seperti untuk *technical response* dengan urutan pertama, memberikan pengarahan pada karyawan asuransi H&M PT. Asuransi Jasa Indonesia bahwa nasabah adalah raja, memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan kepuasan nasabah asuransi *marine hull* PT. Asuransi Jasa Indonesia terlihat pada nilai korelasi dari poin ini terhadap beberapa atribut kualitas pelayanan khususnya pada atribut *responsiveness* dan *perceived value* serta pada variabel *reliability*. Dengan menjalankan poin ini, PT. Asuransi Jasa Indonesia dapat meningkatkan langsung kinerja kualitas pelayanannya.

5. Menyusun *Action Plan*

Dalam tahapan ini dirincikan langkah-langkah proses dari masing-masing alternatif perbaikan, poin-poin yang terdapat pada *technical response*, yang termasuk didalamnya keterangan mengenai *What, Where, Who, When, Why*. *Action plan*, merupakan cara dalam menjalankan peningkatan perbaikan yang dapat dilakukan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia. Dari kedelapan prioritas alternatif perbaikan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat 6 *action plan* untuk menjalani alternatif perbaikan tersebut. Secara garis besar, *action plan* yang pertama dilakukan untuk terus mengingatkan karyawan untuk selalu mendahulukan kepentingan nasabah dan agar nasabah asuransi *Marine Hull* PT. Asuransi Jasa Indonesia mendapatkan pelayanan yang lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan mereka. *Action plan* yang kedua, tentang perbaikan prosedur perusahaan terkait pengurusan administratif, penutupan dan perpanjangan polis, serta terkait klaim asuransi *Marine Hull*. Perbaikan prosedur ini mencakup poin 1,2,3, dan 4 dalam *technical response*, maka alternatif perbaikan ini dibuat menjadi satu *action plan* yang dapat dilakukan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia. Perbaikan prosedur ini terkait pada hasil *importance-performance analysis* yang menunjukkan ketidakpuasan nasabah atas prosedur yang sedang berjalan sekarang di PT. Asuransi Jasa Indonesia (dimensi *reliability*).

Action plan ketiga dan keempat terkait dengan poin *technical response* no. 8 yaitu peningkatan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia, dengan pengisian kuesioner kepuasan pelanggan oleh nasabah dan evaluasi kinerja. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kepu-

san nasabah terhadap layanan PT. Asuransi Jasa Indonesia yang juga dapat berguna untuk evaluasi kerja karyawan. Pada evaluasi kinerja, dapat dilihat hasil dari kuesioner kepuasan nasabah yang telah disebarakan sebelumnya mengenai kelebihan dan kekurangan perusahaan, sehingga kekurangannya dapat diperbaiki dan kelebihan perusahaan dapat dipertahankan.

Action plan kelima mengenai penyelenggaraan training terhadap karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan akan produknya dan agar karyawan dapat selalu memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi nasabah.

Action plan keenam adalah mengenai penentuan PIC asuransi yang khusus berhubungan langsung dengan nasabah dengan tujuan sebagai representatif perusahaan kepada nasabah. Hendaknya perusahaan memilih PIC yang memiliki pengetahuan luas akan asuransi *marine hull*, berpengalaman, dan selalu mengutamakan kepentingan nasabahnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, secara keseluruhan nasabah asuransi *Marine Hull* di PT. Asuransi Jasa Indonesia di Jakarta masih termasuk dalam kategori puas, hal ini terlihat dari perhitungan indeks kepuasan konsumen yang menunjukkan hasil sebesar 67.82%.

Atribut-atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama perbaikan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia adalah dari dimensi *reliability* dan *responsiveness*. Dari atribut *reliability* ini yang harus diperhatikan adalah mengenai prosedur pengajuan dan proses klaim yang menunjukkan hasil kepuasan nasabah yang rendah.

Atribut *responsiveness* juga merupakan salah satu yang memerlukan perhatian untuk PT. Asuransi Jasa Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, ketanggapan karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia dan inisiatif untuk terus memberikan informasi terkait proses penutupan/perpanjangan/klaim asuransi masih relatif kurang memuaskan, serta mengenai

kemudahan dalam prosedur administratif terkait pengurusan polis asuransi seperti *endorsement*.

Implikasi manajerial merupakan suatu proses pengambilan keputusan partisipatif atau cara-cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dalam meningkatkan kapasitas, kualitas, efisiensi, dan efektifitas dari sumber daya yang dimiliki.

Oleh karena itu, beberapa implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh PT. Asuransi Jasa Indonesia berdasarkan *action plan* yang dibuat adalah dengan merevisi atau memperbaiki prosedur penutupan/perpanjangan/klaim asuransi dan prosedur administratif agar lebih efisien dan efektif.

Penyelenggaraan training bagi karyawan juga dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah. PT. Asuransi Jasa Indonesia pada lini bisnis *marine hull* sebelumnya belum pernah melakukan survai kepuasan pelanggan, maka untuk kedepannya perusahaan dapat melakukan survai kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan dan produk yang telah diberikan setiap akhir periode asuransi nasabah. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi kinerja pelayanannya selama setahun dan dapat memperbaiki kekurangan serta meningkatkan kepuasan nasabahnya.

SARAN

Saran bagi PT. Asuransi Jasa Indonesia, sebagai berikut:

Menjalankan Prosedur-prosedur serta menggunakan kuesioner yang dibuat oleh peneliti dengan penyesuaian-penyesuaian yang perlu dilakukan

Memberikan penghargaan bagi karyawan yang memiliki kinerja terbaik

Memperbaiki kualitas pelayanan yang dianggap masih kurang berdasarkan hasil analisis IPA

Saran bagi penelitian selanjutnya:

Melakukan analisis mengenai nasabah asuransi *Hull and Machinery* di seluruh wilayah Indonesia agar PT. Asuransi Jasindo dapat mengetahui kepuasan seluruh nasabahnya di Indonesia

Melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah asuransi rangka kapal dengan metode lain agar PT. Asuransi Jasa Indonesia memiliki banyak masukan

untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi pasar global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada: dosen pembimbing, orang tua, Kantor Cabang Utama PT. Asuransi Jasindo, Perusahaan-Perusahaan Pelayaran yang merupakan nasabah PT. Asuransi Jasindo, dan semua pihak yang terkait dalam penulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [WMG] Warwick Manufacturing Group. 2007. Quality Function Deployment. *Product Excellence Using Six Sigma*. Coventry (UK).
- Besterfield DH. 1999. *Total Quality Management*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice-Hall. Inc
- Effendi Z. 2007. *Penerapan Quality Function Deployment (QFD) untuk Peningkatan Kinerja Industri Kecil Bakso Sapi Berdasarkan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Sains Peternakan Indonesia. 2(2) 85-91
- Eboli L dan Mazzulla G. 2009. A New Customer Satisfaction Index for Evaluating Transit Service Quality. *Journal of Public Transportation*. 12(3): 23 - 37
- Goodacre JK. 1996. *Marine Insurance Claim*. 3rd Ed. London: Witherby & Co. Ltd.
- Halim AH, Setyanto NW, Yuniarti R. 2008. *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Integrasi Service Quality dan Quality Function Deployment*. *Jurnal Industri Universitas Brawijaya*. 5(1) 195-205
- Halim B, Yolanda F, dan David Y. 2007. *Meningkatkan Kepuasan Nasabah PT. Bank NISP Tbk. Area Tangerang* [Tesis]. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Hansemark OC, dan Albinson M. 2004. *Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual with employees*. *Managing Service Quality*. 14 (1).
- Kotler P, Keller K. 2012. *Marketing Management*. 14th Ed. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Terjemahan. Ed – 8, jilid 1. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, alih bahasa Benyamin. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Ed – 9, jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Parasuraman A, Zeithaml VA, dan Berry LL. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1998 Tentang *Pemeriksaan Kecelakaan Kapal*
- Ramadan W. 2006. *Analisa Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan Metode SERVQUAL (Perbandingan Gap Persepsi dan Ekspektasi) Studi Kasus pada Bank Mandiri Cabang Fatmawati* [Tesis]. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Rangkuti F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subagio H dan Saputra R. 2012. *Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia)*. *Journal Manajemen Pemasaran*. 7(1): 42-52
- Sukardi dan Chandrawatisma C. 2006. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Cornet Produksi PT. CIP, Denpasar – Bali*. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 18(2): 106-117
- Tutuhatunewa A. 2010. *Aplikasi Metode Quality Function Deployment dalam Pengembangan Produk Air Minum Kemasan*. *Arika*. 4(1):11-19.
- Wong MS, Hideki N, George P. *The Use of Importance-Performance Analysis (IA) in Evaluating Japan's E-Government Services*. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 6(2):17-30.
- Zeithaml V. 1988. *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*. 60(2):31-46.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2008 Tentang *Pelayaran*
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 1992 Tentang *Pelayaran*