KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KLAIM
(Studi Kasus pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia)

TESIS

OLEH

TINA GRACE NAINGGOLAN
NPM. 101804053

PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KLAIM
(Studi Kasus pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia)

TESIS

OLEH

TINA GRACE NAINGGOLAN
NPM. 101804053

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Psikologi pada
Program Studi Magister Psikologi Program Pascasarjana
Universitas Medan Area

PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER PSIKOLOGI

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim (Studi Kasus pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia)**

N a m a : **Tina Grace Nainggolan**

N P M : **101804053**

Menyetujui

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Sjahril Effendy, M.Si, MA, M.Psi.	Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi.

Ketua Program Studi Magister Psikologi	Direktur
Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd.	Prof. Dr. Ir. Retna Astuti Kuswardani, MS.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Telah di uji pada Tanggal 12 Mei 2012

N a m a : Tina Grace Nainggolan
N P M : 101804053

Panitia Penguji Tesis :

Ketua	**: Azhar Aziz, S.Psi., MA.**
Sekretaris	**: Nurmaida Irawani Siregar, S.Psi, M.Si.**
Pembimbing I	**: Dr. Sjahril Effendy, M.Si, MA, M.Psi.**
Pembimbing II	**: Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi.**
Penguji Tamu	**: Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd.**

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tina Grace Nainggolan
NPM : 101804053

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis ini dengan judul :

" Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim" (Studi Kasus pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia)

Adalah benar merupakan hasil penelitian yang saya kerjakan sendiri tanpa meniru atau menjiplak hasil penelitian orang lain.

Apabila di kemudian hari bahwa tesis ini tidak orisinil dan merupakan hasil plagiat, maka saya bersedia di cabut gelar magister yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, Juli 2012

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
8C155AAF991152667
6000

Tina Grace Nainggolan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim (Studi Kasus Pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia)

Tina Grace *

Sjahril Effendy **

Rahmi Lubis ***

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi dewasa ini tidak terlepas dari berbagai bentuk persaingan sehingga untuk memenangkan persaingan semakin dituntut untuk mampu menyediakan jasa yang lebih unggul, lebih berkualitas, karena hal ini merupakan tuntutan masyarakat yang benar-benar harus dipenuhi agar mampu bersaing diberbagai bentuk persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat akan kualitas pelayanan klaim serta bagaimana kepuasan nasabah pengguna jasa asuransi.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu bertujuan untuk mendapatkan gambaran serta analisa data yang dapat diperoleh secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kualitas pelayanan klaim asuransi serta kepuasan nasabah pada pengguna jasa asuransi di PT. Prudential Life Assurance Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi non partisipan dimana observasi yang dilakukan adalah observasi yang dilakukan selama wawancara berlangsung, sedangkan teknik wawancara adalah wawancara dengan pedoman pertanyaan umum yang terbuka, serta teknik dokumentasi yang mengumpulkan catatan data-data nonstatistik.

Berdasarkan penelitian di lapangan terhadap kelima responden, ditemukan bahwa empat responden menilai positif terhadap kualitas pelayanan klaim dan satu orang Responden memberi penilaian yang negatif. Dari Responden yang memberi penilaian positif yang mengakui bahwa perusahaan sudah memberikan pelayanan yang cukup baik yang meliputi aspek dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible* karena tenaga pemasaran dari perusahaan menggunakan fasilitas yang memadai serta agen yang memiliki perlengkapan kerja dan identitas yang jelas, dimensi *reliability* karena dinilai akurat dan sesuai dengan perjanjian kontrak asuransi, dan prosesnya juga cepat. Sementara dimensi *responsiveness* diakui diterima oleh semua responden, karena perusahaan yang diwakili oleh tenaga pemasaran memiliki kesigapan untuk menanggapi dan bersedia menemukan solusi bagi masalah mereka. Hanya saja menurut Responden yang memandang negatif agennya kurang menguasai standar prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Dimensi *assurance* juga diterima oleh Responden karena perusahaan dapat memberikan kepercayaan dan rasa aman, serta mereka mengakui bahwa para tenaga pemasaran memiliki reputasi yang baik. Tetapi Responden yang menilai kualitas pelayanan negatif, mengakui tidak menerima kelima dimensi pelayanan di atas dengan sempurna, kecuali hanya responsiveness.

Nasabah puas jika layanan klaim yang ia terima sesuai atau lebih tinggi dari harapan (*expectation)* nasabah, atau sebaliknya nasabah tidak puas jika layanan klaim yang ia terima tidak sesuai atau lebih rendah dari harapan (*expectation)* nasabah. Responden sebagai nasabah yang puas memberikan *confirmation* yaitu membeli kembali produk asuransi di perusahaan yang sama, sementara responden sebagai nasabah yang tidak puas akan memberikan *disconfirmation* yaitu ingin mengakhiri kontrak asuransinya.

Kata kunci:
- Kualitas pelayanan
- Kepuasan nasabah
- Harapan

---

* Mahasiswa PPs. MPSi UMA

** Pembimbing Pertama, Dosen PPs. MPSi UMA

*** Pembimbing Kedua, Dosen PPS. MPSi UMA

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Customer Satisfaction of Claim Service Quality (A Case Study in Indonesia Prudential Life Assurance Company)

Tina Grace *

Sjahril Effendy **

Rahmi Lubis ***

ABSTRACT

The company that beyond in insurance service recently not released from, several kinds of competition it being more claimed to be able in providing of greater services than others, quality and this case is a claim of really people to fill in order to win the several kinds of competitions. This research purposed to know the peoples perceived about claim service quality and also the satisfaction of insurance service user.

This research is descriptive, which aims to get descrition and analyze the obtained data in a systematic way, factual, and accurate about the insurance claim on the insurance service user in Indonesia Prudential Life Assurance company. Data collection technique used were non participant observation technique, interview technique used were the general guidelines of questions that ara open, and documentation technique that collect and record nonstatistik data.

Based on the research to the five respondents, indicate that four of them were having a positive assess to the claim service quality and one of them was having a negative assess. The positive respondents admitted that the company gave a good service which involve the aspects of service quality dimensions, that is tangible because of the company's sales force is using the adequate facilities, job's equipment, and clear identity, reliability dimension because it is considered accurate, accordance with the contract of insurance, and the fast process. While the responsiveness dimension admitted that received by whole the respondents, because the company which represented by the sales force has the alacrity to respond and willing to find solutions to their problems. But the respondent who negatively viewed that her agen is not have enough standard understanding of procedure which established by the company. Dimension of assurance is also accepted by Respondents because the company able provide confidence and security, and they admit that the sales force has a good reputation. But the respondent who assess negatively, admit do not receiving the five dimension of quality service, except responsiveness.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Service claims customer are satisfied if the service that they received is accordance with or higher than customer expectation, or otherwise the customer is n ot satisfied if the service is not accordance with or lower than customer expectation. The Respondent as a satisfied customer gave a confirmation by buying of insurance product in the same company, and recommend her friends to buy, and the Respondent as unsatisfied customer gave a disconfirmation by want to terminate the insurance contract.

Key word : - *Service quality*
- *customer satisfaction*
- *Expectation*

---

* *PPs Student, UMA MPSi*

** *PPS First Lecture, UMA MPSi*

*** *PPS Second Lecture, UMA MPSi*

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis memanjatkan puji dan rasa syukur kepada Tuhan di dalam Yesus Kristus, atas segala kasih anugerah dan petunjuk-Nya kepada penulis selama masa menuntut ilmu sampai dapat menyelesaikan penulisan tesis ini, dengan judul: Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim (Studi Kasus Pada PT. Prudential Life Assurance Indonesia). Tesis ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Psikologi (MPSi), pada Sekolah Pascasarjana Universitas Medan Area, Medan, Sumatera Utara.

Dalam penulisan tesis ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan moril berupa masukan dan saran, serta dorongan sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepadan semua pihak yang terlibat, sehingga terselesaikannya tesis ini. Secara khusus dan disertai rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Munir, MPd, selaku Ketua Program Study Magister Psikologi Pascasarjana Universitas Medan Area, Medan, Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Sjahril Effendy, MSi, MA, MPSi, selaku dosen pembimbing I, yang mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Ibu Rahmi Lubis, SPsi, MPSi, selaku dosen pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran telah menyediakan waktu dalam upaya, membimbing, dan memperjelas segala sesuatu yang berkenaan dengan tesis ini.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

4. Para Dosen dan Staf pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area.
5. Ibu Serafinny Ang, sebagai pimpinan PT. Prudential Life Assurance di Agency MD-7, Medan Sumatera Utara, beserta seluruh stafnya.
6. Rekan-rekan seangkatan di Pascasarjana Psikologi Universitas Medan area.
7. Suami tercinta, Pdt. Johnny Seragih, STh dan anak-anakku Gaby Joyce dan Michael Brena, yang selalu memberikan spirit, pengertian serta cinta kasih yang tulus khususnya selama saya menjalani pendidikan di Pascasarjana Psikologi Universitas Medan Area.
8. Almarhum kedua orang tua tercinta Robinhood dan Elseria Tambunan, Ibu mertua Pdt. JE Sinuhaji, karena kalianlah titik awal dari semua yang saya capai seperti sekarang ini.
9. Semua kakak dan abang, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan.
10. Semua Jemaat Gereja Penuai Indonesia yang selalu mendukung dan berdoa buat saya.
11. Semua pihak-pihak yang terlibat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan, dengan hati yang sangat terbuka penulis memohon saran-saran untuk lebih menyempurnakan tesis ini. Akhir kata, penulis mendoakan kiranya Tuhan memberikan balasan dan memberkati semua pihak di atas, dan semoga tesis ini bermanfaat bagi banyak orang.

Medan, 12 Mei 2012

Penulis

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT iii

KATA PENGANTAR v

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Faktor Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8

BAB II LANDASAN TEORI 10

A. Tinjauan Umum Mengenai Asuransi 10
1. Pengertian Asuransi 10
2. Jenis-jenis Asuransi 12
3. Klaim dalam Asuransi dan Ketentuannya 14
3.1.Ketentuan Klaim 15
3.2.Prosedur Klaim 18
3.3.Pihak yang Berhak Menerima Manfaat Klaim 19
3.4.Pengecualian dalam Klaim 20
4. Profil Perusahaan PT. Prudential Life Assurance 20
5. Produk-produk asuransi di PT. Prudential Life Assurance 23
6. Syarat klaim asuransi di PT. Prudential Life Assurance 31
B. Kualitas Pelayanan 33
1. Pengertian Kualitas Pelayanan 34
2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan 35
3. Faktor Kualitas Pelayanan 39
C. Kepuasan Pelanggan 41
1. Definisi Kepuasan Pelanggan 42
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 44

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan 45
4. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan 47
5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan 47
D. Paradigma Kualitas Pelayanan Klaim dan Kepuasan Nasabah 49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 52

A. Desain Penelitian 52
B. Responden 55
C. Teknik Pengumpulan Data 56
D. Prosedur Penelitian 61
E. Analisis Data 64
F. Kredibilitas Penelitian 66

BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA 68

A. Identitas Diri Responden 68
B. Analisis Intrapersonal 69
1. Analisis Intrapersonal Responden A 69
2. Analisis Intrapersonal Responden B 78
3. Analisis Intrapersonal Responden C 84
4. Analisis Intrapersonal Responden D 91
5. Analisis Intrapersonal Responden E 97
C. Analisis Antar Personal 104
D. Pembahasan 108
1. Kualitas Pelayanan 108
2. Kepuasan Nasabah 110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 113

A. Kesimpulan 113
B. Saran 114

DAFTAR PUSTAKA 117

LAMPIRAN 120

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 123

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan asuransi merupakan potensi sumber daya dan sumber dana dalam negeri yang belum dimanfaatkan secara optimal. Sangat berbeda jika dibandingkan dengan manufaktur dan perkembangan perusahaan perbankan yang berjalan dengan cukup pesat. Padahal perusahaan asuransi dengan segala aspek dan bentuknya sangat besar pengaruhnya terhadap aktivitas kehidupan masyarakat.

Asuransi merupakan sarana *financial* dalam tata kehidupan baik perorangan maupun kelompok dalam menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan hidup. Sebagian besar resiko itu mempunyai dampak ekonomis yang bisa dihitung secara matematis dan pastinya akan berdampak pula kepada *socio emosional*, seperti keharusan membayar biaya rumah sakit, biaya penguburan, kehilangan penghasilan bagi keluarga yang ditinggalkan, tidak adanya lagi pemasukan di masa pensiunan sementara kebutuhan hidup masih terus berjalan bahkan bertambah, serta kehilangan aset yang dimiliki. Seperti yang dikemukakan oleh Salim (1998), asuransi bertujuan untuk menanggung orang terhadap kerugian finansial yang tak terduga yang disebabkan karena kematian yang tidak diketahui kapan waktunya tetapi pasti akan dialami setiap orang. Sebenarnya jika dilihat dari kebutuhan yang mendesak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

akan pengelolaan uang yang lebih baik ini, perusahaan asuransi merupakan suatu organisasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam masyarakat tradisional, ada satu mekanisme bersama untuk menanggulangi resiko seperti ini. Di beberapa desa, warga yang hidup dari pertanian berhak mendapat santunan dari lumbung yang dibangun bersama pada musim panceklik. Di desa juga ada perkumpulan seperti serikat tolong-menolong, di mana setiap warga diwajibkan membayar iuran yang dapat dipungut dalam mingguan atau bulanan maupun tahunan, dan apabila ada warga yang membutuhkan seperti meninggal dunia, keluarga dari warga yang membutuhkan tersebut akan mendapat bantuan pemakaman ataupun santunan sesuai dengan yang sudah disepakati bersama. Begitulah cara tradisional untuk pengalihan resiko, dimana masyarakat mengambil alih resiko anggotanya dengan pendekatan sosial tanpa orientasi laba.

Masyarakat modern mengadopsi mekanisme itu dengan menambahkan pendekatan komersil yang disebut dengan asuransi. Saat berasuransi seorang nasabah mendapat manfaat berupa jaminan perlindungan untuk memberi rasa aman terhadap resiko yang sewaktu-waktu datang, sedangkan perusahaan ansuransi mendapat laba usaha.

Dan kalau diperhatikan di Negara-negara maju seperti Negara-negara di Eropa dan Amerika, perusahaan asuransi cukup berkembang dengan pesat, bahkan pemerintah di Negara-negara tersebut mengharuskan masyarakatnya harus memiliki asuransi sebagai jaminan perlindungan. Dan tidak sedikit dari pihak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

pemerintahan yang menangani langsung masyarakatnya untuk kepemilikan asuransi. Dengan adanya asuransi tersebut maka resiko itu dapat dialihkan kepada perusahaan asuransi untuk menanggung resiko-resiko yang banyak dapat terjadi.

Pengalihan resiko yang menimpa seseorang pengguna jasa asuransi kepada perusahaan diajukan dalam bentuk klaim. Adapun klaim pengalihan resiko sesuai dengan manfaat produk yang dibeli nasabah di awal kontrak polis asuransi seperti pengalihan resiko biaya pengobatan rawat inap, penyakit kritis, pertanggungan jiwa (meninggal dunia), pensiunan, biaya pendidikan dan kecelakaan.

Sama seperti perusahaan lainnya, perusahaan asuransi yang bergerak menjual jasa tidak lepas dari dunia persaingan bisnis, Kartasasmita (2010) menguraikan bahwa orientasi kepada pelanggan melalui pelayanan yang baik sangatlah efektif untuk menjaring para pelanggan. Keberadaan kinerja pelayanan yang baik memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Kualitas pelayanan yang buruk yang diberikan oleh perusahaan kepada para konsumen sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian bagi perusahaan. Survei membuktikan bahwa tidak semua konsumen yang kecewa terhadap pelayanan perusahaan akan dengan senang hati menyampaikan keluhannya. Kenyataannya justru 96% konsumen yang merasa tidak puas secara diam-diam akan beralih kepada perusahaan lain. Dan faktor kekecewaan ini sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan, termasuk perusahaan asuransi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Seperti yang dialami oleh Ibu YS, berikut ini petikan wawancara penulis dengan Ibu YS mengenai pengalamannya:

> "Ah, saya rasa semua asuransi sama saja, semua janjinya muluk-muluk di awal. Waktu saya mau minta uang saya, katanya nggak ada isinya, jadi dikemanakan uang saya itu? Nggak benar lagi semua itu". (Komunikasi personal, 9 Januari 2012)

Perusahaan-perusahaan asuransi menghadapi hambatan psikologis dari sikap masyarakat. Sikap tersebut adalah berupa anggapan bahwa klaim asuransi sering bermasalah saat penerima manfaat sangat membutuhkan, dan masalah ini diwakilkan dengan satu pernyataan yang sangat familiar di masyarakat "masuk mudah tetapi keluarnya sulit". Anggapan ini membuat masyarakat tidak mau ambil resiko bahwa premi yang mereka bayarkan tidak dapat kembali atau sulit untuk dinikmati manfaatnya, sehingga mereka memilih untuk tidak berhubungan dengan perusahaan asuransi, atau mencari perusahaan lain yang lebih menjamin kepuasan mereka. Dan seiring dengan globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan (pemasaran) secara otomatis dihadapkan dengan persaingan yang sangat ketat. Lingkungan bisnis yang sangat ketat persaingannya ini membuat para konsumen memiliki peluang yang sangat luas untuk mendapatkan produk atau layanan jasa dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Masalah dalam klaim bisa juga terjadi karena ulah nasabah itu sendiri seperti adanya ketidak jujuran dalam pengisian surat permohonan asuransi, adanya ketidakjujuran dalam hal kelengkapan data-data. Sebelum polis dikeluarkan atau disetujui, pihak perusahaan asuransi terlebih dahulu memproses pengajuan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

permohonan asuransi dan data-data yang disyaratkan, barulah setelah itu ada kontrak kesepakatan. Atau juga dapat disebabkan kurang lengkapnya syarat-syarat pengajuan klaim oleh nasabah ataupun ahli waris, atau bahkan adanya tunggakan pembayaran premi oleh nasabah. Itu sebabnya dalam hal ini para agen-agen penjual asuransi harus jeli pada awal memulai kontrak asuransi dalam meminta kelengkapan data-data nasabah.

Selain dari perusahaan dan nasabah, masalah kegagalan pembayaran klaim juga sering disebabkan oleh ketidakjujuran agen asuransi dalam mempresentasikan produk asuransi, kurang kejelasan akan produk asuransi yang ditawarkan, atau juga terjadi pemalsuan data-data persyaratan pengajuan permohonan asuransi atau ketidakjujuran data-data persyaratan klaim yang dibuat oleh agen asuransi itu sendiri, yang akibatnya akan sangat merugikan nasabah dan pihak perusahaan tentunya. Dalam hal ini nasabah akan dirugikan karena pihak perusahaan tidak akan bertanggungjawab atas kegagalan pembayaran klaim tersebut, dan perusahaan asuransi akan dipandang negatif di masyarakat.

Berdasarkan studi yang dilakukan di lapangan terhadap masyarakat pemegang polis asuransi jiwa tentang alasan apa yang membuat mereka memilih untuk menjadi pemegang polis, lebih didasarkan kepada faktor kepercayaan. Namun dalam hal ini peneliti juga ingin menunjukkan bahwa kualitas pelayanan meliputi faktor dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* adalah hal yang perlu diterapkan di dalam orientasi kepuasan pelanggan, dan juga dalam pelayanan klaim asuransi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Perusahaan asuransi seharusnya berorientasi terhadap pelayanan dan berupaya memuaskan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefenisikan dari persfektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa (Irawan, 2002). Dari hal ini terlihat bahwa yang penting adalah persepsi dan bukan aktual, artinya suatu produk mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan. Irawan (2002) juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapan pelanggan itu sendiri. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan harus dikontrol oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh setiap transaksi dalam penggunaan produk atau jasa. Dalam hal ini peneliti mengangkat transaksi klaim pada perusahaan jasa asuransi menjadi hal yang sangat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan pengguna jasa. Itu sebabnya perusahaan harus memberikan pelayanan klaim yang memuaskan yang merupakan kunci dari kelangsungan bisnis perusahaan. Dalam hal ini masyarakat pengguna jasa asuransi merasa dijamini haknya, serta merasa aman dengan apa yang mereka investasikan adalah hak yang sepatutnya mereka nikmati tanpa rasa keragu-raguan. Kualitas pelayanan ini sangat dipengaruhi oleh keberhasilan proses klaim sebagai puncak penggunaan asuransi yang diberikan oleh perusahaan, yang pasti juga ditentukan oleh banyak faktor lain yang merupakan kesepakatan oleh kedua belah pihak yaitu pihak perusahaan dan pihak nasabah seperti yang dilengkapi dalam buku kontrak polis.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Kembali kepada kepuasan para konsumen, dimana hal ini bukanlah merupakan konsep yang baru, bahkan sampai hari ini merupakan konsep yang relevan. Kepuasan nasabah merupakan peluang kesuksesan bisnis asuransi. Nasabah yang puas adalah nasabah yang akan berbagi kepada konsumen yang lain. Karena jika penilaian pengguna jasa asuransi terhadap kualitas pelayanan klaim tinggi (*superior*), mereka akan menyatakan hal yang positif tentang perusahaan. Tetapi jika penilaian pengguna jasa asuransi terhadap kualitas pelayanan rendah (*inferior*), mereka akan bersikap negatif dengan menunjukkan sikap-sikap tertentu. Dan tentu saja hal ini harus dihindari karena akan menempatkan perusahaan dalam posisi yang tidak menguntungkan, karena nasabah yang puas diyakini akan tetap setia kepada perusahaan, bahkan mereka akan cenderung menjadi sumber publikasi iklan yang nyata dan menarik orang-orang di sekitarnya untuk menggunakan jasa asuransi yang dia rasa cukup memuaskan. Tetapi sebaliknya, nasabah yang tidak puas akan beralih kepada perusahaan lain dan juga dengan sikap mereka yang negatif tentang perusahaan akan menarik mempengaruhi nasabah lain untuk beralih, ataupun calon nasabah untuk memilih jasa asuransi yang lain.

B. Faktor Masalah

Berdasarkan uraian-uraian dari latar belakang masalah, maka dirumuskan masalah yang perlu mendapat kajian lebih lanjut adalah:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

1. Bagaimana pendapat masyarakat pengguna jasa perusahaan asuransi terhadap kualitas layanan klaim asuransi (studi kasus pada nasabah pengguna jasa asuransi pada PT. Prudentia Life Assurance)?
2. Bagaimana kepuasan nasabah perusahaan jasa asuransi terhadap pelayanan klaim (studi kasus pada nasabah pengguna jasa asuransi pada PT. Prudentia Life Assurance)?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu kepada topik penelitian dan permasalahan yang diajukan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan klaim asuransi menurut para pengguna jasa asuransi (studi kasus pada nasabah pengguna jasa asuransi pada PT. Prudentia Life Assurance).
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan klaim (studi kasus pada nasabah pengguna jasa asuransi pada PT. Prudentia Life Assurance).

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

a. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam bidang konsep asuransi dalam menganalisa masalah yang berkenaan dengan masalah klaim asuransi.

b. Sebagai masukan bagi perusahaan-perusahaan asuransi.

c. Sebagai karya yang menambah penelitian ilmiah di kampus Pascasarjana Universitas Medan Area, khususnya di Program Psikologi Industri.

2. Secara praktis

Diharapkan juga menjadi bahan masukan bagi masyarakat, sehingga memperkecil masalah yang dihadapi dalam proses klaim manfaat yang seharusnya menjadi hak para pengguna jasa layanan asuransi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Mengenai Asuransi

1. Pengertian Asuransi

Istilah asuransi menurut Prodjodikoro dalam bukunya yang menulis tentang Hukum Asuransi di Indonesia (1986) berasal dari bahasa Belanda yaitu dari kata "*verzekering*" yang berarti pertanggungan, yang dalam bahasa Perancis disebut dengan "*assurance*" yang artinya menanggung sesuatu yang paati terjadi, sedangkan dalam bahasa Latin disebut "*assecurare*" yang berarti meyakinkan orang, dan dalam bahasa Inggris juga disebut "*assurance*" yang artinya menanggung sesuatu yang pasti terjadi.

Sementara Muslehuddin (1999), memberikan pengertian asuransi sebagai iuran bersama untuk meringankan beban individu kalau-kalau beban tersebut menghancurkannya, dan konsep asuransi yang paling sederhana dan umunm adalah suatu persediaan yang disiapkan oleh sekelompok orang yang bias ditimpa kerugian, dimana kerugian tersebut menimpa salah seorang diantara mereka, maka kerugian tersebut akan disebarkan ke seluruh kelompok.

Darmawadi (2004), memberikan defenisi asuransi dari berbagai sudut pandang, yaitu dari sudut pandang ekonomi, hukum, bisnis, tupun sosial sehingga

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

asuransi merupakan bisnis yang unik karena di dalamnya terdapat kelima aspek tersebut. Dalam pandangan ekonomi, asuransi merupakan suatu metode untuk mengurangi resiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidak pastian akan adanya kerugian keuangan *(financial)*, jadi dalam konsep ekonomi asuransi berkenaan dengan pemindahan dan mengkombinasikan resiko.

Dari sudut pandang hukum, asuransi merupakan suatu kontrak (perjanjian) pertanggungan resiko antara tertanggung dengan penanggung, dimana penanggung berjanji akan membayar kerugian yang disebabkan resiko yang dipertanggungkan kepada tertanggung, sedangkan tertanggung membayar premi secara periodik kepada penanggung. Jadi tertanggung mempertukarkan kerugian besar yang mungkin terjadi dengan pembayaran tertentu yang relatif kecil. Dari sudut pandang bisnis, asuransi adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima dan menjual jasa, pemindahan resiko dari pihak lain dan memperoleh keuntungan dengan berbagai resiko *(sharing risk)* diantara sejumlah besar nasabahnya. Selain itu asuransi merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank yang berkegiatan mengatur perencanaan keuangan serta menghimpun dana berupa premi dari masyarakat yang kemudian menginvestasikan dana tersebut dalam berbagai kegiatan ekonomi (perusahaan). Dari sudut pandang sosial, asuransi didefenisikan sebagai organisasi sosial yang menerima pemindahan resiko dan mengumpulkan dana dari anggota-anggotanya guna membayar kerugian yang mungkin terjadi pada masing-masing anggota. Kerugian tidak pasti akan terjadi pada setiap anggota, maka anggota yang tidak pernah mengalami kerugian dari

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

sudut pandang sosial merupakan penyumbang terhadap organisasi, yang berarti kerugian setiap anggota dipikul bersama. Sementara dalam pandangan matematika, asuransi merupakan aplikasi matematika dalam memperhitungkan biaya dan faedah pertanggungan resiko.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapatlah disimpulkan secara umum bahwa pengertian asuransi adalah suatu perjanjian yang menjamin pemberian suatu pertanggungan, dimana seorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita karena suatu peristiwa yang tak terduga.

2. Jenis-jenis Asuransi

Menurut Kasmir (2004), jenis-jenis asuransi yang berkembang di Indonesia dilihat dari fungsi dan manfaatnya, yaitu:

a. Asuransi kerugian (*non life insurance*)

Yaitu asuransi yang menjalankann usaha memberikan jasa untuk menanggulangi suatu resiko atas kerugian, kehilangan manfaat dan tanggung jawab hukum kepada pihak tertanggung dari suatu peristiwa. Yang termasuk dalam asuransi kerugian ini adalah:

1) Asuransi kebakaran, yang meliputi kebakaran, peledakan, petir, kecelakaan pesawat dan sebagainya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

2) Asuransi pengangkutan, seperti *Marine Hul Policy, Marine Cargo Polycy, Freight.*

3) Asuransi aneka yaitu asuransi yang tidak termasuk dalam asuransi kebakaran dan pengangkutan seperti asuransi kendaraan bermotor, kecelakaan diri, pencurian, dan sebagainya.

b. Asuransi jiwa (*life insurance*)

Asuransi yang ditanganin oleh perusahaan yang dikaitkan dengan penanggulangan jiwa atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan. Jenis-jenis asuransi ini seperti:

1) Asuransi berjangka (*term insurance*)

Yaitu jenis asuransi jiwa yang membayarkan sejumlah uang pertanggungan ketika tertanggung meninggal dunia pada masa pertanggungan (kontrak asuransi).

2) Asuransi tabungan (*Endowment Insurance*)

Yaitu jenis asuransi yang memberikan jaminan ganda yaitu membayar santunan sebesar nilai pertanggungan kepada tertanggung pada masa akhir kontrak asuransi. Jika tertanggung meninggal dunia sebelum berakhir masa kontraknya, akan dibayarkan santunan kepada penerima manfaatnya (dalam hal ini adalah ahli waris).

3) Anuitas (*Anuity Contract Insurance*)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Polis ini berupa kontrak yang biasanya dibeli untuk jangka waktu tahunan dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan, tidak mempunyai unsur tabungan, dan preminya lebih murah dari jenis asuransi lainnya.

4) *Unit-link*

Asuransi jiwa *unit-link* ini diperkenalkan sebagai salah satu cara berinvestasi yang efektif dimana nasabah mendapatkan proteksi sekaligus dapat berinvestasi.

3. Klaim dalam Asuransi dan Ketentuannya

Dalam dunia asuransi, perjanjian melibatkan pihak penanggung dan tertanggung. Abdulkadir (1994), menyebutkan bahwa asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu. Perjanjian timbal balik antara pemilik polis asuransi (tertanggung) dengan penanggung (perusahaan asuransi), dimana tertanggung mengikatkan diri selama jalannya pertanggungan dengan cara membayar uang premi kepada penanggung, sedangkan penanggung sebagai akibat mengikatkan diri akan membayar sejumlah uang kepada tertanggung, dan permintaan pembayaran uang inilah yang disebut dengan klaim asuransi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3.1. Ketentuan Klaim

Setiap perusahaan asuransi memiliki beberapa syarat dengan ketentuan-ketentuan sesuai dengan ketetapan-ketetapan perusahaan asuransi. Ketentuan dan syarat ini menjadi acuan dalam proses klaim yang telah disepakati dalam kontrak pada awal dimulainya polis asuransi. Ketentuan dan syarat ini merupakan hak dan kewajiban penanggung (pihak perusahaan asuransi) dan juga tertanggung (pemegang polis asuransi). Jadi dalam pengajuan klaim, ketentuan dan syarat ini harus diperhatikan dan dipenuhi oleh tertanggung guna memudahkan proses klaim, persyaratan yang tidak sesuai dengan perjanjian akan menjadi masalah penghambat proses klaim.

a. Data-data yang sesuai dengan kontrak perjanjian.

Data-data nasabah dan data-data penerima manfaat asuransi ketika melakukan klaim harus sesuai dengan dengan data-data yang diberikan kepada pihak perusahaan saat pengajuan permohonan asuransi di awal mulainya polis. Data yang berbeda saat pengajuan klaim dengan data yang sudah ada pada kontrak polis akan menjadi masalah yang cukup besar dalam pencairan pembayaran premi, apalagi jika terjadi pemalsuan data. Data-data yang dimaksudkan adalah identitas nasabah, dan keadaan-keadaan yang dipertanyakan dalam formulir pengajuan asuransi yang berhubungan dengan nasabah seperti keadaan kesehatan. Pihak perusahaan asuransi tidak akan melayani klaim dengan data yang berbeda atau palsu. Itu sebabnya jika ada kesalahan penulisan ataupun terjadi kesalahan pada pemberian data, di awal mulai polis harus segera diperbaiki, atau terjadi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

pergantian data seperti perubahan nama ahli waris, harus di laporkan dengan menyertakan surat pernyataan amandemen (*amendment*), sehingga ketika nasabah melakukan klaim tidak ada lagi masalah kesalahan ataupun perbedaan data.

b. Polis harus dalam keadaan aktif.

Klaim dapat diajukan selama pemegang polis masih terikat kontrak dengan perusahaan asuransi dan polis harus dalam keadaan tidak *lapse* (beku). Istilah "*lapse*" berasal dari bahasa Inggris, yang artinya lewat masanya. Polis *lapse* terjadi jika premi tidak dibayar oleh nasabah melewati batas yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan (melewati batas jatuh tempo), dalam hal ini pembayaran premi asuransi dalam keadaan tertunggak. Jika pembayaran premi dalam keadaan tertunggak, maka polis akan dibekukan (polis tidak aktif). Jadi pada masa polis dibekukan (*lapse*), klaim juga menjadi tidak sah sampai polis kembali diaktifkan.

c. Alasan klaim yang akurat.

Ketika nasabah mengajukan klaim, keterangan yang dilaporkan (alasan pengajuan klaim) haruslah akurat. Jika terdapat juga pemalsuan keterangan serta pernyataan-pernyataan pihak yang bersangkutan mengenai alasan klaim, maka pihak perusahaan asuransi juga tidak akan melayani klaim. Dan saat proses pengajuan klaim, pihak perusahaan akan melakukan investigasi kepada pihak-pihak yang dianggap perlu untuk memastikan kebenaran keadaan ataupun pernyataan yang diajukan oleh tertanggung sesuai dengan alasan klaim.

d. Pengajuan klaim tidak melewati masa yang sudah ditentukan.

Pengajuan klaim yang melewati batas waktu yang telah ditentukan juga sering menjadi masalah tidak dapat diprosesnya klaim. Setiap perusahaan asuransi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

telah menentukan batasan waktu pengajuan klaim asuransi. Keterlambatan nasabah mengajukan klaim ini akan membuat pihak perusahaan juga tidak melayani klaim.

e. Melengkapi semua dokumen-dokumen yang diperlukan

Syarat kelengkapan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam pengajuan klaim juga sudah menjadi satu ketentuan bagi nasabah oleh perusahaan asuransi. Ketidaklengkapan dokumen-dokumen yang diminta oleh perusahaan juga akan menyebabkan kendala ataupun penundaan proses klaim sampai dokumen-dokumen yang kurang tersebut dapat dilengkapi. Dokumen yang tidak dilengkapi oleh penerima manfaat dapat membuat pihak perusahaan tidak membayar klaim sama sekali.

Pihak perusahaan menyadari adanya penolakan klaim merupakan masalah yang tidak dapat dihindari dari bisnis asuransi, dan ini tidak terjadi sekali atau dua kali, bahkan kisah-kisah penolakan klaim asuransi sering kali tampak menghiasi halaman-halaman surat kabar. Seorang Managing Director Antara Intermediary Indonesia, Freddy Pieloor yang diperoleh dari Berita Personal Finance (Rabu, 15 Pebruari 2012), menuturkan bahwa ada berbagai macam penyebab klaim yang diajukan ditolak oleh perusahaan asuransi, diantaranya adalah:

a. Kesalahan nasabah saat mengisi proposal pengajuan asuransi.
b. Musibah atau resiko yang dialami nasabah tidak dijamin dalam polis asuransi.
c. Nasabah tidak melakukan kewajibannya, seperti membayar premi tepat waktu.
d. Klaim terjadi diluar periode polis sebelum masa pertanggungan mulai, atau sesudah masa pertanggungan berakhir.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

e. Keterlambatan nasabah dalam melaporkan klaim kepada pihak perusahaan asuransi.

3.2. Prosedur Klaim

Hal yang tak kalah pentingnya saat mengajukan klaim adalah memastikan prosedur pengajuan klaim tepat. Prosedur pengajuan klaim asuransi biasanya disesuaikan dengan jenis manfaat asuransi dan juga perusahaan asuransinya, dan semua prosedur klaim tersebut sudah dituangkan dalam polis yang menjadi dasar dan surat perjanjian kontrak. Secara umum, dari data yang diperoleh dari Berita Personal Finance (Rabu, 15 Pebruari 2012), prosedur klaim asuransi adalah sebagai berikut:

a. Menghubungi perusahaan di mana tertanggung terdaftar sebagai sebagai pengguna jasa asuransi.
b. Mengisi formulir pengajuan klaim asuransi sesuai dengan jenis manfaat dan ketentuan dari perusahaan.
c. Melampirkan bukti-bukti yang diperlukan dan menyerahkannya kepada pihak perusahaan asuransi.
d. Setelah semua data yang dibutuhkan masuk kepada perusahaan, pihak perusahaan akan melakukan investigasi (mengecek kebenaran peristiwa).
e. Setelah klaim disetujui oleh perusahaan, santunan akan diserahkan kembali kepada nasabah ataupun penerima manfaat (ahli waris).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3.3. Pihak yang Berhak Menerima Manfaat Klaim

Adapun pihak yang berhak menerima uang pertanggungan (manfaat klaim) adalah mereka yang sudah ditentukan sebelumnya pada masa awal kontrak asuransi, sesuai dengan data yang diperoleh dari PT. Prudential Life Assurance yang berhak menerima manfaat klaim antara lain:

a. Tertanggung (penerima manfaat)

   Yaitu orang yang namanya tercantum dalam buku polis sebagai tertanggung dalam kontrak asuransi.

b. Pemegang polis

   Pemegang polis boleh juga bukan merupakan tertanggung dalam perjanjian kontrak melainkan sebagai pemegang polis, biasanya perbedaan tertanggung dan pemegang polis adalah dikarenakan tertanggung masih di bawah umur seperti anak-anak sehingga orang tua menjadi pemegang polis tersebut. Dan pemegang polis berhak atas manfaat klaim sesuai dengan jenis produk asuransi yang diklaim dan disepakati bahwa pemegang polis memiliki wewenang dalam klaim.

c. Ahli waris yang sah

   Yaitu mereka yang sudah ditetapkan sebagai ahli waris dan nama mereka ada tercantum dalam polis asuransi berhak atas manfaat klaim apabila tertanggung meninggal dunia.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3.4. Pengecualian dalam Klaim

Masih dari perusahaan yang sama, bahwa data yang diperoleh memberlakukan ketentuan pengecualian klaim pertanggungan atas resiko meninggalnya tertanggung, yang apabila penyebab meninggalnya tertanggung disebabkan oleh:

a. Tindakan bunuh diri, percobaan bunuh diri atau pencederaaan diri oleh Tertanggung baik yang dilakukannya dalam keadaan sadar/waras ataupun dalam keadaan tidak sadar atau tidak waras jika tindakan/peristiwa itu terjadi dalam kurun waktu tertentu.
b. Tindak kejahatan atau percobaan tindak kejahatan oleh pihak yang berkepentingan atas klaim.
c. Hukuman mati berdasarkan putusan badan peradilan.

4. Profil Perusahaan PT. Prudential Life Assurance

Prudential merupakan perusahaan jasa keuangan terkemuka asal Inggris yang berdiri sejak tahun 1848. Prudential masuk ke Indonesia pada tahun 1995 dan tetap merupakan bagian dari Prudential London – Inggris. Di Asia Prudential menginduk pada kantor regional Prudential Corporation Asia (PCA) yang berkedudukan di Hongkong, dan dari data yang diperoleh dari hasil penelitian, sampai per tanggal 31 Desember 2009, PT. Prudential Life Assurance Indonesia memiliki:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

- 7 kantor pemasaran yaitu di Jakarta, Bandung< Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan dan Batam.
- 196 kantor keagenan di seluruh Indonesia.
- 91.000 jaringan tenaga pemasaran di seluruh Indonesia.
- 940.000 nasabah.

Dari data-data yang diperoleh tersebut, Prudential menjadi perusahaan asuransi yang memimpin pasar dalam penjualan produk asuransi jiwa. Dan mendahului seluruh perusahaan asuransi yang ada di Indonesia, Prudential untuk pertama kalinya meluncurkan produk *unit-link* pada tahun 1999, yaitu produk investasi yang dikaitkan dengan perlindungan ataupun asuransi, yang melengkapi kebutuhan nasabah dalam seluruh kehidupan mulai sari usia kerja, pernikahan, kelahiran anak, hingga masa pensiun.

Adapun visi PT. Prudential Life Assurance Indonesia adalah: "Menjadi perusahaan nomor satu di Indonesia". Missi: "Menjadi perusahaan jasa keuangan ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham, dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, staf serta tenaga pemasaran professional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan."

Sebagai bagian yang juga tidak terpisahkan dari missi, PT. Prudential memiliki empat pilar (*four pillars*), yaitu pondasi yang merupakan dasar berdiri

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

dan berkembangnya perusahaan, serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain, sebagai berikut:

a. Semangat untuk selalu menjadi yang terbaik.

   Untuk memberikan yang terbaik dan memperbaiki kemampuan untuk mendapatkan hasil yang terbaik pula.

b. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar.

   Memberikan kesempatan kepada setiap orang diperusahaan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian, dan pengembangan pribadi melalui berbagai pelatihan.

c. Bekerja sebagai suatu keluarga.

   Bekerja bergandengan tangan sebagai satu keluarga besar, memperlakukan satu sama lainnya dengan rasa hormat dan penuh kasih untuk menciptakan suasana penuh pengertian.

d. Integritas dan keuntungan yang merata bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan.

   Komitmen untuk selalu memiliki integritas dalam setiap hal, menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah, menghargai setiap orang dengan adil berdasarkan nilai tambah bisnis, berkomunikasi dengan jelas, dan memberikan pendapatan penghasilan yang baik kepada setiap orang tanpa diskriminasi.

Perusahaan sangat mengharapkan dengan komitmen perusahaan, karyawan dan para tenaga pemasaran kepada visi dan missi, serta berpegang kepada prinsip-

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

prinsip dasar, perusahaan akan mencapai keberhasilan yang diinginkan dalam perkembangannya. Orientasi kepada nasabah menjadi kunci yang sangat penting dalam bisnis asuransi ini, di mana melalui pelayanan yang maksimal dan memuaskan merupakan hal yang penting bagi Prudential untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu di Indonesia.

5. Produk-produk asuransi di PT. Prudential Life Assurance

Berusaha untuk memahami kebutuhan para nasabah, Prudential Indonesia selalu menciptakan inovasi baru dan menawarkan produk-produk asuransi jiwa dan investasi yang lengkap. Prudential Indonesia juga akan terus mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan perubahan gaya hidup dan tujuan finansial nasabah. Adapun produk-produk yang disajikan oleh Prudential Indonesia seuai dengan data yang diperoleh ter tanggal 19 Maret 2012 adalah:

a. PRU*link assurance account* (*PAA*)

Merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang memberikan perlindungan asuransi jiwa sekaligus keuntungan berinvestasi.

b. PRU*link investor account* (*PIA*)

Produk unit *link* dengan pembayaran premi sekaligus yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi. Disamping mendapatkan investasi yang optimal, produk ini juga akan memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap resiko kematian atau resiko menderita cacat total dan tetap. Produk ini memberikan keleluasaan bagi nasabah untuk memilih investasi yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

memungkinkan optimalisasi tingkat pengembalian investasinya, sesuai dengan kebutuhan dan profit resiko nasabah.

c. PRU*link fixed pay* (*PFP*)

Produk unit *link* yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan dengan manfaat kematian yang dijamin(sesuai dengan ketentuan yang berlaku), dan pilihan periode pembayaran premi yang pasti.

d. PRU*syariah*

Produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi berbasi syariah, dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang merencanakan keuangan masa depannya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Produk ini sesuai dengan Ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (MUI).

e. PRU*major medical*

Dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kelas menengah ke atas akan sebuah produk asuransi kesehatan terpadu yang belum terpenuhi dengan baik oleh berbagai produk kesehatan yang tersedia di pasar saat ini. Dengan perlindungan kesehatan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan 365 hari setahun di seluruh dunia. PRU*major medical* memberikan bantuan kesehatan sebelum nasabah menjalani rawat inap.

f. PRU*hospital care*

Produk asuransi kesehatan yang member manfaat harian jika nasabah dirawat inap di rumah sakit, menjalani perawatan gawat darurat (*intensive Care Unit*),

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

manfaat operasi pembedahan, dan manfaat perawatan rumah sakit akibat kecelakaan pada saat melakukan perjalanan ke luar negeri.

g. PRU*accident plus*

Perlindungan yang komprehensif terhadap kecelakaan yang mungkin mengakibatkan cacat atau bahkan meninggal dunia, disamping itu manfaat ini memberikan keuntungan berupa bonus sebesar 10% dari uang pertanggungan dalam 3 tahun pertama keikutsertaan nasabah, serta perpanjangan polis secara otomatis setiap tahunnya.

h. PRU*protector plan*

Pembayaran premi 10 tahun dengan perlindungan 20 tahun, memberikan perlindungan asuransi jiwa sekaligus manfaat tabungan yang selalu siap dengan dana segar saat dibutuhkan nasabah.

i. PRU*life cover*.

Produk asuransi jiwa berjangka yang memberikan manfaat berupa uang pertanggungan apabila tertanggung meninggal dunia atau menderita cacat total dan tetap sebelum mencapai usia 60 tahun.

j. PRU*link term*

Memberikan manfaat tambahan sebesar uang pertanggungan jika tertanggung utama meninggal dunia dalam masa pertanggungan manfaat tambahan.

k. PRU*personal accident death*

Memberikan manfaat tambahan sebesar uang pertanggungan apabila tertanggung utama meninggal dunia karena kecelakaan dalam masa pertanggungan. Kecelakaan yaitu peristiwa yang terjadi secara tiba-tiba, tidak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

terduga, tidak disengaja, datangnya dari luar, bersifat kekerasan dan kasat mata. Manfaat yang diberikan akan menjadi sebesar dua kali uang pertanggungan jika tertanggung meninggal dunia akibat kecelakaan tertentu.

1) Tertanggung menggunakan sarana transportasi umum sepanjang rute umum darat, atau
2) Tertanggung turut dalam suatu penerbangan udara sebagai penumpang resmi atau awak pesawat dari maskapai penerbangan komersial yang berlisensi dan beroperasi dalam rute penerbangan rutin, atau
3) Tertanggung menggunakan elevator kecuali elevator pertambangan atau tempat konstruksi, atau
4) Tertanggung sedang berada di dalam suatu gedung teater, hotel, atau bangunan umum lainnya yang sedang terbakar.

l. PRU*personal accident death & disablement*

Memberikan manfaat sebesar uang pertanggungan jika tertanggung meninggal dunia karena kecelakaan atau tertanggung menderita cacat karena kecelakaan, atau kehilangan fungsi anggota tubuh sejumlah persentase yang telah ditentukan dalam table manfaat asuransi.

m. PRU*crisis civer 34*

Memberikan manfaat tambahan sebesar uang pertanggungan maksimal Rp. 75.000.000,- (tujuh puluh lima juta rupiah), jika tertanggung utama telah memenuhi criteria salah satu dari 34 penyakit kritis, dan mengakibatkan uang pertanggungan PRU*link assurance account* menjadi berkurang sebesar pembayaran manfaat PRU*crisis civer 34* tersebut.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Berikut daftar 34 kondisi penyakit kritis:

1) Serangan jantung
2) Tindakan bedah *bypass* pembuluh darah jantung (*coronary artery bypass grafting*)
3) Angioplasti dan penatalaksanaan invasif lainnya untuk penyakit pembuluh darah
4) Penyakit pembuluh darah jantung lain yang serius
5) Tindakan bedah katup jantung
6) Hipertensi pulmoner primer yang mengakibatkan ketidakmampuan (*disabling primary pulmonary hypertension*)
7) Penyakit paru kronik
8) Tindakan bedah pembuluh darah aorta
9) Stroke
10) Koma
11) *Meningitis bacterial* (Radang selaput otak dan tulang sumsum)
12) *Ensefalitis* (radang otak)
13) Penyakit Parkinson
14) Penyakit *alzheimer*
15) *Motor Neuron disease*
16) *Multiple sclerosis* (defisit neurologis batang otak, sumsum tulang belakang, dan lain-lain)
17) *Muscular dystrophy* (kemunduran fungsi otak)
18) Kelumpuhan (*paralysis*)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

19) Poliomyelitis

20) Trauma kepala serius

21) Tumor jinak otak

22) Kanker

23) Anemia aplastik

24) Hepatitis viral fulminan

25) Penyakit hati kronik

26) *Kolitis ulseratif* (usus)

27) *Penyakit chron* (saluran cerna)

28) Gagal ginjal

29) Transp;antasi organ penting

30) Kehilangan kemampuan bicara

31) Ketulian

32) Luka bakar kritis

33) HIV yang didapatkan melalui transfuse darah

34) Lupus ertematosus sistematik (SLE = *systematic lupus erythematosus*)

n. PRU*crisis cover benefit 34*

Memberikan manfaat tambahan sebesar uang pertanggungan maksimal Rp. 75.000.000,- (tujuh puluh lima juta rupiah), jika tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 34 penyakit kritis, tanpa mengurangi manfaat uang pertanggungan PRUlink assurance account.

o. PRU*multiple crisis cover*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Manfaat tambahan yang membayarkan klaim apabila tertanggung utama telah memenuhi kriteria pada kondisi penyakit kritis, maksimal tiga kali klaim untuk tiga kondisi kritis yang berbeda (*kecuali kanker*).

p. PRU*crisis income*

Memberikan manfaat tambahan yang menyediakan pembayaran manfaat pendapatan bulanan sebesar uang pertanggungan PRU*crisis income* dibagi 12, yang dibayarkan apabila tertanggung utama memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (pengecualian pada penyakit angioplasti) hingga masa pertanggungan yang dipilih berakhir atau meninggal (mana yang lebih dahulu).

q. PRU*waiver 33*

Manfaat pembebasan membayar premi berkala jika tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (kecuali angioplasti) dalam masa pertanggungan manfaat tambahan PRU*waiver 33.*

r. PRU*payor 33*

Manfaat pembebasan membayar premi berkala dan PRU*saver* jika tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (kecuali angioplasti) dalam masa pertanggungan manfaat tambahan PRUpayo*r 33.*

s. PRUspouse *waiver 33*

Manfaat pembebasan membayar premi berkala jika tertanggung tambahan yaitu suami atau isteri tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (kecuali angioplasti), mengalami cacat total & tetap sebelum berusia 60 tahun atau meninggal dunia dalam masa pertanggungan PRU*spouse waiver 33.*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

t. PRU*spouse payor 33*

Manfaat pembebasan membayar premi berkala dan PRU*saver* jika tertanggung tambahan yaitu suami atau isteri tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (kecuali angioplasti), mengalami cacat total & tetap sebelum berusia 60 tahun atau meninggal dunia dalam masa pertanggungan PRU*spouse waiver 33.*

u. PRU*parent payor 33*

Manfaat pembebasan membayar premi berkala dan PRU*saver* jika tertanggung tambahan yaitu ayah atau ibu tertanggung utama telah memenuhi kriteria salah satu dari 33 kondisi kritis (kecuali angioplasti), mengalami cacat total & tetap sebelum berusia 60 tahun atau meninggal dunia dalam masa pertanggungan PRU*parent payor 33.*

v. PRU*med*

Memberikan manfaat tunjangan harian rawat inap, *Intensive Care Unit (ICU)*, dan pembedahan kepada tertanggung utama jika menjalami rawat inap di rumah sakit. Manfaat ganda harian ini akan diberikan jika tertanggung utama dirawat di *ICU.* Jika tertanggung utama harus mengalami pembedahan, sejumlah pembayaran uang tunai akan diberikan. Apabila tertanggung utama dirawat inap di luar negeri karena mengalami kecelakaan pada saat melakukan perjalanan ke luar negeri, maka akan menerima manfaat ganda harian.

w. PRU*hospital & surgical 75*

Manfaat penggantian seluruh biaya rawat inap, *Intensive Care Unit (ICU)* dan pembedahan sampai dengan masa perlindungan 75 tahun sesuai dengan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

manfaat yang diambil selama tertanggung utama menjalani perawatan di rumah sakit atau klinik. Manfaat penggantian biaya rawat inap dalam PRU*hospital & surgical 75* lebih lengkapnya yaitu:

1) Rawat inap harian
2) Rawat jalan (pra-rawat inap dan paska-rawat inap)
3) *Intensive Care Unit (ICU)*
4) Pembedahan (dengan atau tanpa rawat inap)
5) Rawat jalan darurat akibat kecelakaan, perawatan kanker dan cuci darah
6) Biaya kunjungan dokter
7) Biaya aneka perawatan
8) *Home Nursing Care*
9) Biaya ambulan local

6. Syarat Klaim Asuransi di PT. Prudential Life Assurance

Seperti halnya dengan perusahaan-perusahaan asuransi lainnya, PT. Prudential juga menetapkan beberapa syarat dan ketentuan-ketentuan dalam pengajuan klaim manfaat asuransi. Dalam hal ini peneliti hanya membahas ketentuanyang sangat umum, sedangkan ketentuan-ketentuan khusus tergantung kepada situasi dan kondisi proses klaim, dimana pihak perusahaan akan meminta data yang masih dibutuhkan untuk proses klaim, hal ini hanya terjadi jika data yang diterima oleh Prudential sebagai syarat umum diragukan ataupun dibutuhkannya data-data pendukung lainnya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Ketentuan umum ini adalah syarat yang sudah ditetapkan dan merupakan ketentuan yang sudah harus dilengkapi bahkan pada saat awal mulai polis asuransi, diantaranya adalah keaslian data-data nasabah, polis tidak dalam keadaan *lapse* (beku) saat mengajukan klaim, serta alasan pengajuan klaim haruslah keadaan yang sebenar-benarnya. Dalam pengajuan klaim, harus dilengkapi berkas-berkas sebagai berikut:

a. Jika tertanggung utama meninggal dunia:
   1) Menyerahkan buku polis asli
   2) Fotocopy KTP (bukti kenal diri) tertanggung utama, tertanggung tambahan, pemegang polis (jika berbeda dengan tertanggung utama), serta semua ahli waris.
   3) Fotocopy akte kelahiran bagi anak usia dibawah 17 tahun.
   4) Formulir klaim meninggal dunia yang telah diisi dengan benar dan lengkap.
   5) Surat keterangan meninggal dunia dari dokter.
   6) Catatan medis/*resume* medis jika diperlukan oleh pihak Prudential.
   7) Fotocopy seluruh hasil pemeriksaan laboratorium dan radiologi jika dilakukan.
   8) Surat keterangan meninggal dunia dari pemerintahan setempat.
   9) Surat berita acara dari klepolisian bila tertanggung meninggal karena kecelakaan.

b. Untuk klaim selain meninggal dunia:
   1) Fotocopy KTP (bukti kenal diri) tertanggung utama, tertanggung tambahan, pemegang polis (jika berbeda dengan tertanggung utama).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

2) Fotocopy akte kelahiran bagi anak usia dibawah 17 tahun.
3) Formulir klaim (sesuai dengan jenis manfaat klaim) yang telah diisi dengan benar dan lengkap.
4) Fotocopy buku halaman depan buku rekening bagi yang klaim uang tunai.

B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang, baik konsumen maupun produsen. Tjiptono (2002), menyatakan bahwa konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atas jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi proses sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Tjiptono (2011) dalam bukunya yang lain memperjelas, bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Goetsh dan Davis dalam Yamit (2001) mendefinisikan, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan definisi di atas menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek akhir produk dan jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut.

Menurut Kotler (2009), defenisi kualitas pelayanan adalah seluruh ciri serta sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun yang tersirat. Hal ini jelas merupakan defenisi kualitas yang berpusat pada konsumen, di mana seorang produsen dapat memberikan kualitas produk atau layanan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001), menyatakan bahwa *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan pelayanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

2. Aspek-aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002), setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Tinggi rendahnya kualitas jasa dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang diterima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui apa yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Menurut Yamit (2001) terdapat dua pendekatan pelayanan yang berkualitas yang popular digunakan di kalangan bisnis.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Pendekatan pertama dikemukakan oleh Albrecht yang mendasarkan pada dua konsep pelayanan berkualitas yaitu:

a. Segitiga Layanan (*Service Triangle*).

Merupakan model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggan.

Masih menurut Albrecht and Zemke dalam Yamit (2001), model tiga jenis pemasaran jasa tersebut terdiri dari tiga elemen dimana pelanggan menjadi titik fokus yaitu:

1) Strategi pelayanan (*service strategy*).

Yaitu strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan oleh

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

perusahaan. Standar pelayanan ditetapkan sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Strategi pelayanan harus pula dirumuskan dan yang diberikan kepada pelanggan tampil beda dengan pesaingnya. Untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi pelayanan yang efektif, perusahaan harus fokus pada kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mampu membuat pelanggan melakukan pembelian ulang bahkan mampu meraih pelanggan baru.

2) Sumber daya manusia yang memberikan pelayanan (*service people*).

Orang yang berinteraksi secara langsung maupun tidak berinteraksi secara langsung dengan pelanggan harus memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tulus (*emphaty*), *responsive*, ramah, fokus dan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah segalanya. Untuk itu perusahaan harus pula memperhatikan kebutuhan pelanggan internalnya (karyawan) dengan cara menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, rasa aman dalam bekerja, penghasilan yang wajar, manusiawi, dan sistem penelitian kinerja yang mampu menumbuhkan motivasi. Tidak ada gunanya perusahaan membuat strategi pelayanan dan menerapkannya secara baik untuk memuaskan pelanggan eksternalnya, sementara pada saat yang sama perusahaan gagal memberikan kepuasan kepada pelanggan internalnya, demikian pula sebaliknya.

3) Sistem pelayanan (*service system*).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Sistem pelayanan adalah prosedur pelayanan kepada pelanggan yang melibatkan seluruh fasilitas fisik termasuk sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Sistem pelayanan harus dibuat secara sederhana, tidak berbelit dan sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mampu melakukan dengan ulang sistem pelayanannya, jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan pelanggan. Desain ulang sistem pelayanan tidak berarti harus merubah total sistem pelayanan, tetapi dapat dilakukan hanya bagian tertentu yang menjadi titik kritis penentu kualitas pelayanan. Misalnya, dengan memperpendek prosedur pelayanan atau karyawan diminta melakukan pekerjaan secara general sehingga pelanggan dapat dilayani secara

cepat dengan menciptakan *one stop service*.

b. Pelayanan Mutu Terpadu (*Total Quality Service*).

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan *stakeholders*.

Parassuraman dalam Lupiyoadi (2001) menjelaskan, dapat juga melakukan pendekatan *conceptual model of service quality*, yaitu berupaya mengenali kesenjangan (*gaps*) pelayanan yang terjadi terhadap harapan pelanggan dan mencari jalan keluar untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut. Secara umum , kesenjangan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu:

a. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan (*company gaps*).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Kesenjangan ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan dapat dibedakan ke dalam empat jenis kesenjangan, yaitu:

1) Kesenjangan 1: tidak mengetahui harapan konsumen akan pelayanan.
2) Kesenjangan 2: tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat.
3) Kesenjangan 3: tidak memberikan pelayanan berdasarkan standar pelayanan.
4) Kesenjangan 4: tidak memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

b. Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan .

Disebut juga dengan kesenjangan 5, kesenjangan ini terjadi karena adanya perbedaan persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan.

3. **Faktor Kualitas Pelayanan**

Parassuraman dan kawan-kawan dalam Lupiyoadi (2001) menemukan bahwa dari sekian faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan telah dirangkumkan dalam lima dimensi pokok, yaitu:

a. *Tangible* (bukti langsung).

Merupakan daya tarik dari fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan dan sarana komunikasi, serta penampilan karyawan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

b. *Reliability* (keandalan).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Yakni kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan sesuai dengan kesepakatan, cepat, akurat dan memuaskan.

Ada 3 hal penting yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan faktor reliability, yaitu:

1) Pembentukan budaya kerja "*error free*" atau "*no mistake*", pihak manajemen perlu mengkomunikasikan kepada karyawan bahwa janji kepada pelanggan harus ditepati.
2) Perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur dengan cara memberikan pelatihan secara terus-menerus dan menekankan kerja "*team work*" untuk menghasilkan koordinasi antar bagian menjadi lebih baik.
3) Diperlukan tes sebelum suatu layanan diluncurkan, melalui tahap ini diharapkan kemungkinan terjadinya kesalahan akan sangat lebih kecil.

c. *Responsiveness* (daya tanggap).

Yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan respon dengan tanggap dan cepat. Pengalaman pelanggan dalam mendapatkan pelayanan akan sangat mempengaruhi harapannya. Pelayanan yang responsif atau tanggap juga sangat dipengaruhi oleh sikap *front-line staf*, yaitu kesigapan dan ketulusan dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan tanpa melakukan pengalihan layanan yang tidak begitu penting atau tidak jelas kepada bagian yang lain.

d. *Assurance* (jaminan).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dan perusahaan mampu menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan, ramah, memiliki reputasi yang baik dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan, masalah ataupun permintaan pelanggan. Kejujuran perusahaan dalam transaksi akan memberi rasa nyaman bagi pelanggan.

e. *Emphaty*.

Perusahaan bertindak sesuai dengan kepentingan para pelanggannya. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Faktor empati ini memerlukan sentuhan pribadi seperti menjaga ego, gengsi dan status para pelanggan, termasuk memberikan pelayanan yang besifat *surprise*, yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan tetapi diberikan oleh perusahaan. Pelayanan empati ini akan menjadi lebih mudah diciptakan, jika setiap karyawan perusahaan mengerti kebutuhan spesifik pelanggannya.

C. Kepuasan Pelanggan

Dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Nilai didefinisikan sebagai pengkajian menyeluruh manfaat dari satu produk, yang didasarkan pada persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan pelanggan selama ia menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara utuh.

1. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin "*satis*" yang artinya cukup baik, memadai dan dari kata "*facio*" yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya membuat sesuatu memadai. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, Tjiptono (2011) dalam bukunya mengatakan bahwa istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang kompleks, bahkan sampai saat ini belum dicapai kesepakatan mengenai konsep kepuasan pelanggan, yakni apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi. Halstead dalam Tjiptono (2011) juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon afektif yang sifatnya *transaction-specific* , dimana konsumen yang senang atau puas cenderung akan berperilaku positif terhadap produk, seperti mereka akan membeli kembali.

Kotler dalam Tjiptono (2000) menyatakan, kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

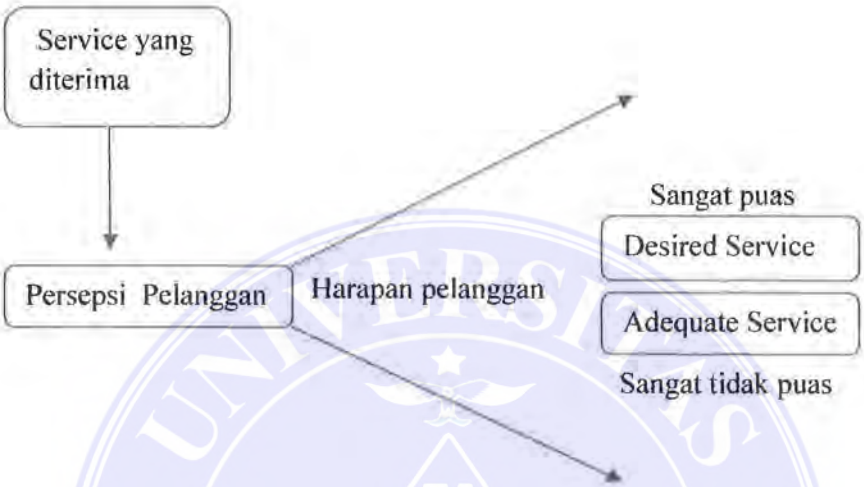
penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan *the consumer's fulfillment response*, yaitu penilaian bahwa fitur produk/jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*.

Menurut Kotler (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi pengertian kepuasan nasabah dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan perusahaan. Irawan (2002) mendefenisikan kepuasan pelanggan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi dan sebaliknya, pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Menurut Rangkuti (2002), persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan serta mengartikan stimulasi yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Tjiptono (2011), menurut Zeithami bahwa harapan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Dalam konteks kualitas dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Berikut proses kepuasan pelanggan:



Jadi dari semua defenisi di atas disimpulkan bahwa persepsi menjadi hal yang utama dalam menentukan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan itu sendiri sangat bergantung kepada harapannya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan defenisinya bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsinya atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

pelanggan. Jadi mengulas tentang kepuasan pelanggan tidak akan pernah ada habisnya, tetapi seperti yang dijabarkan oleh Irawan (2002), berdasarkan studi literatur dan pengalaman beberapa konsultan di berbagai perusahaan di Indonesia, ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas produk.

   Pelanggan akan merasa puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata produknya berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang apabila produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.

b. Harga produk.

   Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah menjadi kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan *value for money* yang tinggi.

c. Kualitas pelayanan (*service quality*).

   Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

d. Faktor emosional (*emotional factor*).

   Di mana produk atau jasa akan mempengaruhi rasa bangga, rasa percaya diri, simbol kesuksesan, dan lain sebagainya.

e. Kemudahan dalam mendapatkan produk.

3. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan

Wilkie (1994), menyatakan bahwa aspek-aspek kepuasan pelanggan meliputi hal di bawah ini:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

a. *Expectations*

Yaitu harapan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang telah ada sebelum konsumen membeli produk atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa produk atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinannya. Produk atau jasa yang sesuai atau lebih dari harapan konsumen akan membuat konsumen merasa puas.

b. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual produk atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Kinerja aktual produk atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. *Comparison*

Hal ini dilakukan untuk membandingkan harapan kinerja produk atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan produk atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk atau jasa, sementara *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika terjadi *Confirmation/disconfirmation*.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

4. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan

Kotler (2009) menyatakan bahwa cirri-ciri konsumen yang puas akan terluhat dari perilakunya yaitu:

a. Loyal terhadap produk atau jasa

Konsumen yang puas akan cenderung loyal kepada perusahaan, dimana mereka akan membeli ulang produk dan jasa dari perusahaan yang sama.

b. Adanya komunikasi positif dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*).

Komunikasi yang bersifat positif ini merupakan rekomendasi kepada calon konsumen lain dengan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk atau jasa tersebut, bahkan mengenai perusahaannya.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika hendak membeli merek lain.

Ketika konsumen ingin membeli produk atau jasa yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

5. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2011), terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran, yaitu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

menyediakan kartu komentar, ataupun menyediakan saluran telepon (pengaduan konsumen).

b. Survei kepuasan pelanggan, yang dilakukan dengan menggunakan survei, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan memberi perhatian kepada para pelanggannya. Pengukuran dengan metode survei ini dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

1) *Directly reported satisfaction*, yaitu langsung melalui pertanyaan seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas dan sangat puas.
2) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.
3) *Problem analysis*, yaitu menjadikan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu (i) masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan (ii) saran-saran untuk melakukan perbaikan.
4) *Importance-performance analysis*, dalam teknik ini responden dimintai untuk me-rangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.

c. *Ghost shopping*, pada metode ini beberapa orang berperan sebagai *ghost shopper* (pelanggan), kemudian menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk atau jasa berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk ataupun penggunaan jasa.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

d. *Lost customer analysis*, yaitu perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke perusahaan lain, dan diharapkan memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah perlu untuk mengetahui dengan baik bagaimana proses bisnis serta untuk mengetahui di mana harus melakukan perubahan-perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan. Salah satu cara mengukur kepuasan pelanggan itu ialah dengan cara menggunakan kuesioner. Perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang kualitas produk atau jasa.

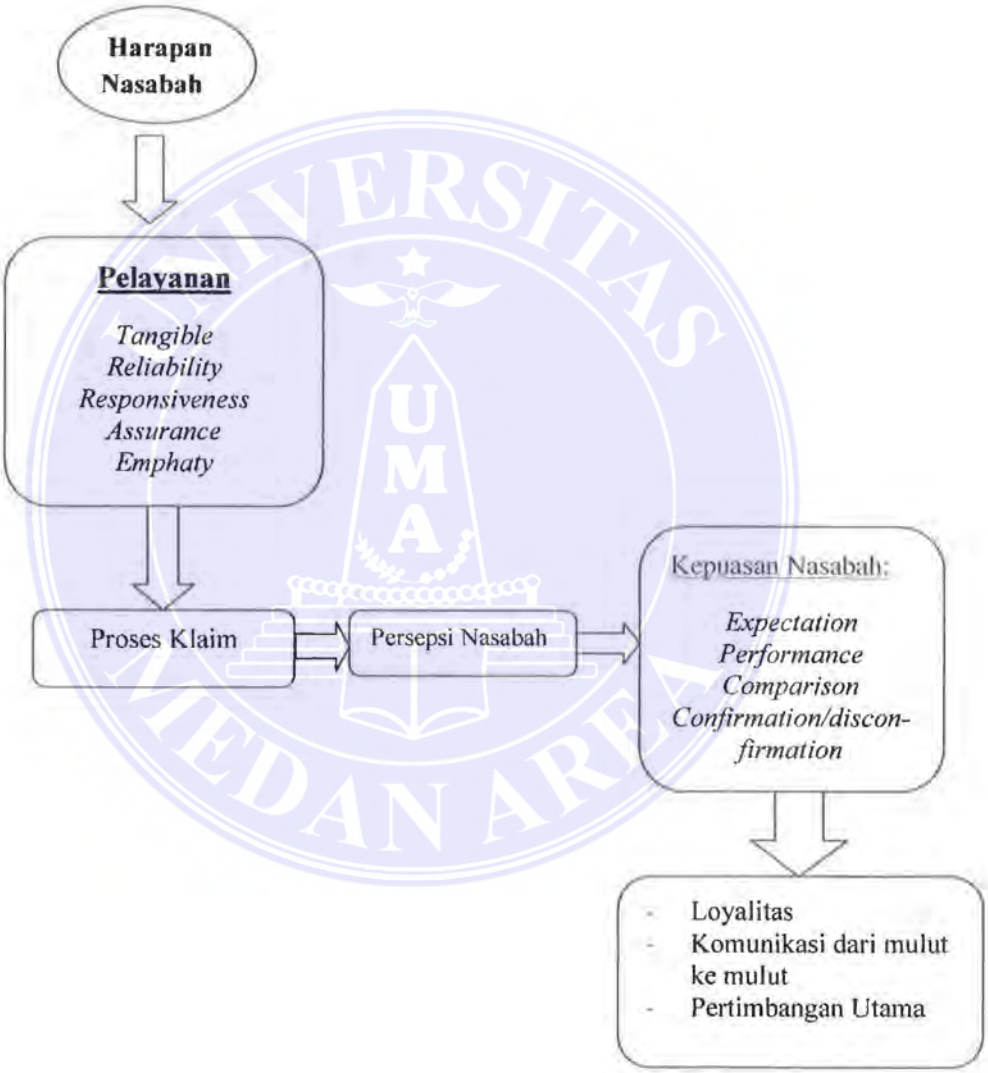
D. Paradigma Kualitas Pelayanan Klaim dan Kepuasan Nasabah

Kesadaran bahwa tuntutan akan pelayanan yang berkualitas sudah selayaknya harus dipenuhi oleh perusahaan. Perekomendasian yang timbul akibat hasil dari kepuasan pelanggan akan disebarkan dari mulut ke mulut ke lingkungan sekitarnya, merupakan dampak positif dari persepsi pelanggan terhadap perusahaan, dimana pelanggan akan memiliki layalitas untuk terus menggunakan jasa ataupun memakai produk perusahaan tersebut, bahkan akan merekomendasikan orang lain untuk memakai jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Tetapi pelayanan yang kurang memuaskan, akan memberi dampak negatif dari persepsi pelanggan terhadap perusahaan, dimana pelanggan akan beralih ke

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

perusahaan lain dan bahkan mempengaruhi orang lain untuk tidak memakai jasa atau produk dari perusahaan tersebut.



UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Keterangan:

- Kualitas pelayanan dari perusahaan dalam proses klaim, akan menghasilkan persepsi yang bergantung kepada harapan nasabah.
- Pelayanan yang sesuai dengan harapan akan menghasilkan kepuasan nasabah.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian sebagai sistem ilmu pengetahuan, memainkan peranan yang sangat penting dalam bangunan ilmu pengetahuan itu sendiri. Maksudnya adalah, bahwa penelitian menempati posisi yang paling urgen dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta melindungi ilmu itu dari kepunahan. Seperti yang diungkapkan Bungin (2007), penelitian juga memiliki kemampuan untuk meng-*upgrade* ilmu pengetahuan sehingga ilmu pengetahuan menjadi lebih *up-to-date*, canggih, *aplicated*, serta setiap saat aksiologis bagi masyarakat.

A. Desain Penelitian

Peneliti memilih pendekatan deskriptif kualitatif, karena pendekatan ini di anggap tepat untuk meneliti secara mendalam rangkaian peristiwa kehidupan seseorang dan juga berusaha mengungkapkan persepsi, serta perasaannya. Pendekatan kualitatif menekankan dinamika dan proses lebih memfokuskan diri pada variasi pengalaman individu-individu atau kelompok-kelompok yang berbeda. Juga berdasarkan tujuan penelitian kualitatif seperti yang diuraikan oleh Koentjoro dalam Herdiansyah (2010), bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami realitas sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan dunia yang seharusnya, dimana seorang peneliti kualitatif memiliki sifat yang *open minded*,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

maka penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan baik dan benar-benar berarti menjadi jendela untuk memahami dunia psikologi dan realitas sosial.

Menurut Sukmadinata (2006), bahwa penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, dan persepsinya. Juga John (2005), mengatakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif tidak hanya berhenti pada pengumpulan data, pengorganisasian, analisis dan penarikan interpretasi serta penyimpulan, tetapi dilanjutkan dengan pembandingan, mencari kesamaan atau perbedaan hubungan kausal dalam berbagai hal.

Penelitian sosial menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Patton (2006) dalam metode evaluasi kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna di balik data yang tampak. Sangat penting untuk dapat memahami perasaan orang dan perasaan orang sulit dimengerti kalau tidak diteliti dengan metode kualitatif. Dengan demikian, sangat tepat dilakukan tehnik pengumpulan data wawancara mendalam untuk dapat memahami apa yang dirasakan orang tersebut.

Juga interpretasi yang terdapat dalam penelitian kualiatif bukanlah suatu hal yang tetap (konstan) melainkan suatu proses. Oleh karena itu selama

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

kehidupan masih berjalan, hasil yang didapat dari suatu intepretasi penelitian kualitatif akan selalu berlanjut dan berkembang, dalam penelitian kualitatif akan selalu ada berbagi macam arti dari hasil yang timbul dan hal-hal tambahan.

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2005), mengadakan pengkajian selanjutnya terhadap istilah penelitian kualitatif yang mendefenisikan "metode kualitatif" sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara holistik.

Bogdan dan Taylor (dalam Moeloeng, 2005) mengatakan salah satu kekuatan dari pendekatan kualitatif adalah dapat memahami gejala sebagaimana subjek mengalaminya, sehingga dapat diperoleh gambaran yang sesuai dengan subjek dan bukan semata-mata penarikan kesimpulan sebab akibat yang dipaksanakan. Melalui penelitian kualitatif deskriptif ini, peneliti akan berusaha menjabarkan secara utuh menyeluruh tentang dinamika psikologis mengenai persepsi masyarakat mengenai proses klaim asuransi di kota Medan.

Masalah klaim yang dihadapi setiap nasabah juga berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan pelayanan yang mereka terima, maka untuk memastikan kebenaran data, Poerwandari (2007), menguraikan beberapa pertimbangan untuk menentukan bahwa suatu masalah cocok menggunakan pendekatan kualitatif apabila peneliti tertarik untuk memahami manusia dalam segala kompleksituasinya dimana sebagian besar aspek psikologis manusia sangat sulit

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

untuk reduksi ke dalam elemen atau angka dan akan lebih etis dan kontrekstual bila diteliti dalam setting alamiah.

B. Responden

Responden dalam penelitian yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki polis asuransi, masih terikat dalam kontrak polis asuransi serta polis berada dalam keadaan aktif dan pernah melakukan pengajuan klaim di PT. Prudential Life Assurance. Adapun alasan saya memilih responden ini adalah:

1. Mudah menghubungi responden.
2. Mudah memperoleh data karena memiliki pengalaman sebagai pemilik polis asuransi yang pernah melakukan pengajuan klaim.
3. Berada di satu perusahaan asuransi tetapi memiliki pengalaman serta persepsi yang berbeda-beda.
4. Kesediaan para responden untuk diteliti.

Berdasarkan pendekatan penelitian kualitatif tidak ada ketentuan khusus mengenai jumlah responden, melainkan berorientasi pada kedalaman dan proses berjalannya penelitian. Penelitian ini menggunakan 5 orang nasabah sebagai responden dari perusahaan yang sama. Para responden penelitian ini dirahasiakan identitasnya dengan maksud untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para responden.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Semua responden di atas diwawancarai secara bebas dengan beberapa pertanyaan yang terbuka, namun terarah pada upaya mencari jawaban atas pertanyaan penelitian. Data atau hasil wawancara akan dianalisa dan dideskripsikan pada bagian-bagian yang relevan dengan pertanyaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah:

1. Teknik Observasi

Tehnik Observasi ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang keadadaan atau kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian. Observasi barangkali menjadi metode yang paling dasar dan paling tua dari psikologi, karena dalam cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati. Semua bentuk penelitian psikologis, baik kualitatif atau kuantitatif mengandung aspek observasi di dalamnya. Menurut Patton dalam Poerwandari (2007), menegaskan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data esensial dalam penelitian, apalagi penelitian dengan penelitian kualitatif. Agar memberikan data yang akurat dan bermanfaat, observasi sebagai metode ilmiah harus dilakukan oleh peneliti yang sudah melewati latihan-latihan yang memadai, serta telah mengadakan persiapan yang telah diteliti dan lengkap.

Tujuan observasi adalah mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlibat dalam kejadian yang diamati tersebut.

Menurut Patton (2006) mengatakan hasil data observasi menjadi data penting karena:

a. Peneliti akan mendapatkan pemahaman lebih baik tentang konteks dalam hal yang diteliti ada atau terjadi.
b. Observasi memungkinkan peneliti untuk bersikap terbuka, berorientasi pada penemuan dari pada pembuktian, dan mempertahankan pilihan untuk mendekati masalah secara induktif.
c. Mengingat individu yang telah sepenuhnya terlibat dalam konteks hidupnya sering mengalami kesulitan merefleksikan pemikiran mereka tentang pengalamannya, observasi memungkinkan peneliti melihat hal-hal yang oleh partisipan atau subjek penelitian sendiri kurang disadari.
d. Observasi memungkinkan peneliti memperoleh data tentang hal-hal yang karena berbagai sebab tidak diungkapkan oleh subjek penelitian secara terbuka dalam wawancara.
e. Jawaban terhadap pertanyaan akan diwarnai oleh persepsi selektif individu yang diwawancarai. Berbeda dengan wawancara, obervasi memungkinkan peneliti bergerak lebih jauh dari persepsi selektif yang ditampilkan subjek penelitian atau pihak-pihak lain.
f. Observasi memungkinkan peneliti merefleksikan dan bersikap introspektif terhadap penelitian yang dilakukannya. Impresi dan perasaan pengamat akan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

menjadi bagian dari data yang pada gilirannya dapat dimanfaatkan untuk memahami fenomena yang diteliti.

Masih menurut Patton (2006) terdapat beberapa pembagian jenis-jenis observasi dengan karakteristiknya masing-masing, yaitu:

a. Obsrvasi terkendali dan tidak terkendali

Para peneliti psikologi dan para ahli psikodiagnostik cenderung untuk menjadi observer yang lebih sistematis dibandingkan orang awam lainnya, namun mereka juga mendapat informasi mengenai orang lain melalui observasi informal, dan tidak dikendalikan *(uncontrolled observation)* mengenai perilaku seseorang dalam situasi alami. Sedangkan observasi terkendali *(controlled observation)* terdiri dari observasi-observasi yang dibuat dalam situasi yang telah diatur sebelumnya.

b. Observasi Partisipan dan Non partisipan.

Pada observasi partisipan, observer menjadi bagian dari mereka yang di observasi dan dapat memperoleh pengamatan dari tangan pertama karena dapat merasakan langsung bagaimana situasi tersebut. Sedangkan observasi non partisipan, observer hanya bertindak sebagai peneliti total yang tidak terlibat dalam peristiwa teersebut.

c. Observasi diri *(Self-Observation).*

Self observation (pengamatan diri), yang kadang-kadang dilakukan seseorang adalah suatu metode pengumpulan data baik dalam konteks penelitian maupun klinis.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, dimana peneliti hanya melakukan observasi selama wawancara berlangsung, dan tidak terlibat dalam peristiwa yang dialami oleh responden.

2. Teknik Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk menggali data yang belum terungkap. Wawancara peneliti melalui transaksi dengan subyek penelitian agar peneliti dapat menganalisa dan menafsirkan jawaban yang diwawancarai.

Patton dalam Poerwandari (2007), membedakan tiga pendekatan dasar wawancara dalam memperoleh data kualitatif yaitu wawancara informal, wawancara dengan pedoman umum dan wawancara dengan pedoman terstandar yang terbuka. Penelitian ini menggunakan wawancara dengan pedoman umum yang terbuka, yaitu peneliti hanya mencantumkan poin-poin yang penting yang akan membantu mengarahkan proses wawancara agar tetap terfokus. Wawancara dengan pedoman umum dengan sifat terbukan akan lebih memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan respon yang diberikan oleh responden, namun tetap terarah sesuai dengan poin-poin yang ingin diungkapkan. Jadi, dengan wawancara terbuka, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang responden dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.

Berdasarkan penjelasan di atas penggunaan metode wawancara kualitatif dilakukan apabila peneliti bermaksud memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif dan responden sehubungan dengan topik penelitian dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

bermaksud untuk menggali makna-makna itu secara lebih mendalam. Itu sebabnya peneliti menggunakan wawancara dengan pedoman umum yang terbuka, dimana peneliti hanya mencantumkan poin-poin yang penting yang akan membantu mengarahkan proses wawancara agar tetap terfokus. Bahkan peneliti melengkalinya denga kuisioner dengan tiga pertanyaan terbuka yang diisi oleh setiap responden.

Adapun struktur wawancara menurut Stewart dan Cash (2000) dan juga menjadi panduan peneliti dalam melakukan wawancara, antara lain adalah:

a. *Interview Guide* (Pedoman Wawancara).

   Pedoman yang disusun oleh pewawancara yaitu merupakan sebuah outline yang berisikan aspek-aspek utama dari topik wawancara.

b. *The Opening* (Pembukaan)

   Menciptakan atmosfir yang saling memiliki kepercayaan dan saling menghargai sehingga dapat membentuk hubungan positif antara pewawancara dengan responden.

c. *The Body* (Isi)

   Pewawancara menggali jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dan mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan lanjutan dari pedoman wawancara.

d. *The Closing* (Penutup)

   Pewawancara mengakhiri wawancara ketika informasi yang diperoleh telah didapat dari responden.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3. Teknik Dokumentasi

Tehnik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang tertulis dari suatu keadaan dan subyek penelitian. Teknik dokumentasi ini diperlukan sebagai pelengkap yang dapat menguatkan. Atau sebagai pengayaan data penelitian yang memiliki hubungan dengan tujuan penelitian dan interpretasi sekunder terhadap kejadian-kejadian. Data-data yang dikumpulkan adalah catatan nonstatistik.

D. Prosedur Penelitian

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan yang dijadikan sebagai patokan dalam prosedur penelitian. Walaupun belum ditemukan patokan yang baku dan berlaku umum, tetapi secara esensi dan menurut ahli penelitian kualitatif, kita harus melakukan beberapa tahapan ketika kita ingin melakukan penelitian kualitatif.

Seperti yang diuraikan Herdiansyah (2010), penelitian kualitatif cenderung lebih sulit dibuat tahapan baku karena terkait dengan karakteristik dari penelitian kualitatif, yaitu fleksibel, sehingga jalan penelitian dapat berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Herdiansyah mengemukakan bahwa setidaknya terdapat lima tahapan umum yang dapat dijadikan sebagai patokan dalam menyelenggarakan penelitian kualitatif, antara lain:

1. Mengangkat permasalahan.

   Permasalahan yang diangkat dalam penelitian kualitatif biasanya merupakan permasalahan yang sifatnya unik, khas, memiliki daya tarik tertentu, spesifik,

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

dan terkadang sangat bersifat individual. Dan si peneliti memiliki kemampuan untuk memaparkan temuannya dengan paparan yang lugas, menarik hingga kepada pokok permasalahan dari kasus tersebut.

2. Memunculkan pertanyaan penelitian.

   Pertanyaan penelitian merupakan cirri khas dari penelitian kualitatif. Pertanyaan peneliti merupakan "*spirit*" dari penelitian kualitatif yang fungsinya sama pentingnya seperti hipotesis dalam penelitian kuantitatif. Disebut sebagai "*spirit*" karena untuk itulah penelitian kualitatif dilakukan. Pertanyaan penelitian dapat bersifat fleksibel (dapat bertambah dan berkurang atau berubah) sesuai dengan perkembangan yang terjadi di lapangan. Ketika awal penelitian, mungkin saja pemahaman mengenai suatu fenomena yang didapat oleh peneliti belum begitu dalam dan luas, sehingga pertanyaan penelitian yang diajukan juga sesuai dengan pemahamannya tersebut. Akan tetapi, setelah terjun dan meleburkan diri dengan fenomena yang diteliti sangat mungkin ia mendapatkan banyak pemahaman baru yang lebih memunculkan banyak pertanyaan penelitian yang diajukan.

3. Mengumpulkan data yang relevan.

   Data merupakan suatu yang penting dalam penelitian. Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa kumpulan kata, kumpulan kalimat, kumpulan pernyataan, atau uraian yang mendalam. Data yang sudah tidak relevan dalam penelitian kualitatif disebut "data sampah", sedangkan data yang relevan akan diolah dan dianalisis, dan data sampah biasanya tidak ikut dalam proses analisis dan mungkin tidak dterpakai.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

4. Melakukan analisis data.

   Analisis data yang dilakukan biasanya bersifat manual (berdasarkan kepekaan dan kemampuan atau ketajaman analisis peneliti). Akan tetapi, seiring dengan perkembangan teknologi, kini teknis data kualitatif juga dapat dilakukan dengan bantuan perangkat lunak komputer. Akan tetapi analisis dengan bantuan perangkat lunak komputer memiliki banyak kelemahan yang salah satunya adalah kelemahan bahasa.

5. Menjawab pertanyaan penelitian.

   Tahapan yang terakhir adalah menjawab pertanyaan penelitian. Hasil analisis data yang dilakukan kemudian dikaitkan kembali dengan fenomena yang diangkat untuk kemudian menjawab pertanyaan penelitian. Kelebihan penelitian kualitatif adalah dapat menggunakan gaya penulisan yang lebih bebas. Dapat berupa narasi atau *storytelling*, sehingga dalam menjawab pertanyaan penelitian dapat lebih menarik untuk dibaca. Hal ini juga berkaitan dengan kemampuan peneliti dalam merangkai kalimat menjadi suatu narasi yang menarik bagi pembaca.

Tetapi sesuai dengan tujuan penelitian, maka para ahli meringkaskan tahapan prosedur penelitian ini dilakukan melalui 3 tahap, yaitu:

1. Tahap persiapan

   Tahap yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan lengkap mengenai masalah yang hendak diteliti. Tahap ini diawali dengan penjelajahan lapangan untuk menentukan permasalahan atau fokus penelitian. Lebih lengkapnya tahapan ini meliputi pemilihan masalah, memunculkan pertanyaan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

dalam penelitian, dan juga merupakan pendahuluan, penyusunan proposal dan perijinan.

2. Tahap pelaksanaan

   Pada tahap ini peneliti mulai mengumpulkan data sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, baik melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Dalam tahap ini, peneliti harus paham mengenai latar belakang penelitian, tata cara memasuki lapangan, dan peran sertanya dalam mengumpulkan data. Pemahaman terhadap latar belakang perlu untuk menghindari penelitian dari data yang kurang diperlukan dalam sebuah penelitian. Tugas peneliti adalah mengumpulkan data yang relevan sebanyak mungkin dari sudut pandang informan tanpa mempengaruhinya. Selain itu agar data dapat diperoleh dengan baik, maka peneliti harus membangun hubungan yang akrab dengan responden, memahami etika di lingkungan tempat penelitian dan tetap menyadari perannya sebagai peneliti. Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini meliputi pengumpulan data, pengolahan data dan penarikan kesimpulan.

3. Tahap pelaporan

   Tahap ini merupakan tahap akhir dalam penulisan tesis ini, yang bertujuan untuk mengkomunikasikan hasil penelitian ini kepada pihak lain.

E. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk dapat mempertanggungjawabkan keabsahan hasil penelitian. Poerwandari (2007), mengemukakan beberapa tahapan dalam melalukan analisis data kualifikasi dalam penelitian kualitatif, antara lain:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

1. Mengorganisasikan Data

   Pengolahan dan analisis data sesungguhnya di mulai dengan dengan mengorganisasikan data dengan rapi, sistematis dan selengkap mungkin.

2. Koding dan Analisis

   Langkah penting pertama adalah membubuhkan kode-kode apa yang diperoleh.koding dimaksudkan untuk mengorganisasikan dan mensistematiskan data secara lengkap dan mendetail sehingga data dapat memunculkan dengan lengkap gambaran tentang topik yang dipelajari, dengan demikian peneliti akan dapat menentukan makna dari data yang dikumpulkan.

3. Pengujian terhadap Dugaan

   Dugaan adalah kesimpulan sementara dan dengan mempelajari data, kita mengembangkan dugaan-dugaan yang merupakan kesimpulan-kesimpulan sementara. Dugaan yang berkembang tersebut harus dipertajam dan diuji ketepatannya.

4. Hal-hal penting sebagai strategi analisis

   Patton (dalam Poerwandari) menjelaskan bahwa proses analisis dapat melibatkan konsep-konsep yang muncul dari jawaban atau kata-kata responden sendiri (indigenous concept). Kata-kata kunci dapat diambil dari istilah yang dipakai oleh responden sendiri, yang oleh peneliti dianggap benar-benar tepat dan dapat mewakili fenomena yang diajukan.

5. Tahap Intepretasi

   Meskipun dalam penelitian kualitatif istilah analisis dan intepretasi sering digunakan bergantian, Kvale dalam Poerwandari (2007), mencoba

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

membedakan keduanya. Menurutnya, intepretasi mengacu pada upaya memahami dan secara ekstensif sekaligus mendalam. Penelitian memiliki perspektif mengenai apa yang sedang diteliti dan mengintepretasikan melalui perspektif tersebut.

F. Kredibilitas Penelitian

Kredibilitas merupakan istilah yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggantikan konsep validitas. Poerwandari (2007), menjelaskan bahwa deskripsi mendalam yang menjelaskan kemajemukan (kompleksitas) aspek-aspek yang terkait (variabel) dan merupakan interaksi berbagai aspek menjadi salah satu ukuran kredibilitas penelitian kualitatif. Poerwandari (2007) juga menyatakan bahwa kredibilitas penelitian kualitatif juga terletak pada keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah dan mendeskripsikan *setting*, proses, kelompok sosial, atau pola interaksi yang kompleks.

Untuk menjaga kredibilitas dan objektifitas penelitian, maka dilakukan upaya-upaya sebagai berikut:

1. Melakukan pemilihan sampel yang sesuai dengan karakteristik penelitian, dalam hal ini adalah mereka yang pernah atau sedang menjadi nasabah dari salah satu perusahaan asuransi.
2. Membuat pedoman wawancara berdasarkan faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi nasabah yang berkenaan dengan pengalaman mereka sebagai nasabah pengguna jasa asuransi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

3. Menggunakan pertanyaan terbuka dan wawancara mendalam untuk mendapatkan data yang akurat.
4. Mengamati terus-menerus (observasi), untuk menemukan cirri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan hal-hal yang diteliti serta memusatkan diri secara terinci dalam hal-hal yang berhubungan dengan masalah klaim pada asuransi.
5. Melibatkan rekan-rekan kerja, dosen pembimbing, dan dosen-dosen yang ahli dalam bidang kualitatif untuk berdiskusi, memberikan masukan dan kritik mulai dari awal kegiatan proses penelitian sampai tersusunnya hasil penelitian ini. Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan dan kemampuan peneliti pada kompleksitas yang ditreliti.
6. Melakukan triangulasi sumber data dan waktu. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara menanyakan pertanyaan yang sama kepada sumber yang berbeda. Sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan cara menanyakan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan informasi yang diperoleh dari kelima responden atas semua pertanyaan-pertanyaan yang menjadi masalah utama penelitian tesis ini, ada beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan, sebagai berikut:

1. Dari kelima Responden disimpulkan bahwa empat Responden A, B, D, dan E menilai pelayanan klaim yang diberikan telah memenuhi lima dimensi pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Sementara Responden C menilai bahwa pelayanan hanya memenuhi aspek *responsiveness*, dan tidak memenuhi aspek *tangible, reliability, assurance* dan *emphaty*.
2. Dari kelima Responden disimpulkan bahwa empat Responden A, B, D, dan E menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah menekankan aspek kepuasan pelanggan yaitu *expectation, performance, comparison* dan *confirmation*. Sementara Responden C menilai bahwa pelayanan perusahaan belum menekankan aspek kepuasan pelanggan *expectation, performance, comparison* dan memberikan *disconfirmation*.
3. Nasabah yang puas terhadap kualitas pelayanan yaitu Responden A, B, dan E menunjukkan kepuasan mereka dengan kembali membeli produk asuransi dan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 10/3/23
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Responden D merekomendasikan dua orang temannya membeli asuransi diperusahaan Prudential.

4. Responden C yang tidak puas dengan pelayanan perusahaan hampir menutup polis asuransinya.
5. Alasan kejar target, kurang menguasai manfaat produk serta syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku pada perjanjian kontrak, merupakan pemicu kurangnya kualitas pelayanan klaim yang didasarkan pada 5 dimensi pelayanan.
6. Kurangnya penjelasan akan ketentuan dan syarat kontrak oleh perusahaan yang diwakili oleh agen asuransi sebagai tenaga pemasaran, akan menjadi pemicu munculnya masalah tidak dipenuhinya harapan nasabah saat pengajuan klaim.
7. Kelalaian ataupun ketidak inginan nasabah untuk mempelajari hal-hal yang berkenaan dengan kontrak asuransinya, bahkan tidak membaca buku polis asuransi, tidak dianggap sebagai kewajiban yang berarti bagi nasabah, sebaliknya hal ini juga menimbulkan pendapat bagi nasabah akan kurangnya kualitas pelayanan klaim dari perusahaan.
8. Pemahaman nasabah dengan benar akan kepemilikan polis asuransinya serta kejelasan mengenai manfaat-manfaat asuransi apa saja yang menjadi hak yang dapat diklaim, apa yang tidak dapat diklaim, apa yang dapat diklaim setelah periode waktu tertentu, adanya pengecualian-pengecualian dalam polis asuransinya, serta ketentuan-ketentuan dan syarat yang yang merupakan kesepakatan kedua belah pihak (nasabah dan pihak perusahaan), akan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

membangun harapan yang benar bagi para nasabah asuransi, dengan kata lain tidak akan menjadi sekedar janji-janji manis belaka.

B. Saran

Beberapa hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak perusahaan maupun nasabah:

1. Pihak perusahaan harus berorientasi kepada kebutuhan nasabahnya, lebih dari hanya sekedar menjual produk ataupun kejar target.
2. Para agen asuransi yang merupakan tenaga pemasaran dari perusahaan harus memperlengkapi dirinya dengan training dan pelatihan yang disediakan oleh pihak perusahaan, menghadiri pertemuan-pertemuan rutin untuk evaluasi maupun sebagai sarana untuk meng *up-grade* dirinya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.
3. Para tenaga pemasaran harus menjelaskan sedetail mungkin, bahkan harus memastikan para nasabahnya akan hal-hal yang penting untuk diketahuinya, mulai dari manfaat-manfaat, pengecualian, syarat-syarat dan ketentuan klaim, sehingga nasabah juga dapat berharap dengan benar.
4. Pihak perusahaan sebaiknya terus melakukan pengawasan yang serius kepada semua tenaga pemasaran yang merupakan perpanjangan tangan perusahaan di lapangan, guna memastikan bahwa pelayanan yang dilakukan para agen asuransi ini sesuain dengan standart yang dibuat oleh perusahaan.
5. Bagi nasabah, perlu memahami manfaat-manfaat dan ketentuan-ketentuan lain mengenai polis asuransinya. Sebaiknya membaca dan mempelajari buku

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

polisnya, dan jika masih ada yang kurang jelas, alangkah baiknya langsung meminta penjelasan kepada agen asuransinya, dan jangan menunggu sampai saat dilakukan pengajuan klaim.

6. Nasabah harus memastikan sudah membayar premi setiap tanggal jatuh tempo, sehingga polis tidak sempat beku (*lapse*), karena polis yang dalam keadaan *lapse* tidak akan bisa diklaim, dan hal ini adalah peraturan yang mutlak.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 10/3/23
Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

DAFTAR PUSTAKA

Abdulkadir, Muhammad, 1994, *Pengantar Hukum Pertanggungan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti

Banister, P. Burman, E. Parker. I. Taylor, M. Tindal, C, 1994, *Qualitative Methods in Psychology, A Research Guide*, Philadelpia, Open University Press

Bungin, Burhan, H M, Prof, Dr, S.Sos, M.Si, 2007, *Penelitian Kualitataif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik,dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group

Darmawadi, Herman, 2004, *Manajemen Asuransi,* Jakarta, Bumi Aksara

Herdiansyah, Haris, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta, Salemba Humanika

Irawan, Handi D, MBA, Mcom, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan,* Jakarta, PT. Gramedia

John, Best W, 2005, *Metodologi Penelitian Pendidikan,* Surabaya, Usaha Nasional

Kartasasmita, Ginanjar, H, 2010, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Bandung, Pustaka Reka Cipta

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Kasmir, 2004, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta, PT. Prenhalindo

Lupiyoadi, Rahmat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta, Salemba Empat

Moleong, L, J, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Rosda

Muslehuddin, Muhammad, 1999, *Menggugat Asuransi Modern*, Jakarta, Lentera

Newman, W. L, 2000, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*, Boston, Allyn and Bacon

Oliver, R, 1997, *Measurement and Evaluation of Satisfaction: Process in Retail Setting*, Journal Of Retaling

Patton, M, Q, 2006, *Metode Evaluasi Kualitatif*, Yokyakarta, Pustaka Pelajar

Poerwandari, E, K, 2007, *Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*, Jakarta, Lembaga Penerbangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3)

Prodjodikoro, Wirjono, 1986, *Hukum Asuransi Di Indonesia*, Jakarta, Intermasa

Rangkuti, Freddy, 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Pustaka Utama

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23

Salim, A Abbas, 1998, *Asuransi dan Manajemen Resiko*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada

Stewart, C. J, dan Cash, W. B, 2008, *Interviewing, Principles and Practices, 12th edition*, New York, McGraw Hill

Sukmadinata, Nana, Syaodih, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung, Remaja Rosda Karya

Tjiptono, Fandy, 2000, *Manajemen Jasa*, Yokyakarta, Andy

Tjiptono, Fandy, 2002, *Total Quality Service*, Yokyakarta, Andy

Tjiptono, Fandy, Ph.D & Gregorius Chandra, 2011, *Service, Quality & Satisfaction*, Yokyakarta, Andi

Tjiptono, Lupiyoadi Rahmat, Hamdani A, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat

Wilkie, William L, 1994, *Consumer Behavior, 3rd edition*, Inc, John Wile & Son

Yamit, Zulian, 2001, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yokyakarta, Ekonisia

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/3/23

Access From (repository.uma.ac.id)10/3/23