

Pengaruh Masyarakat Terhadap Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada (PT Asuransi Prudential Syariah Binjai)

Armando Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi penulis: armandonasution0101@gmail.com

Yusrizal Yusrizal

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Ps. V, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara

Abstract. Syariah insurance is Islamic insurance which is part of the Islamic economy, is one aspect of the Islamic system which of course has basic values or principles that are in accordance with divine values in the implementation of its operations, but the values of Islamic insurance principles are contained also in the principles of insurance in general. The purpose of this study was appointed, namely, to analyze the performance of PT Asuransi Prudential Syariah Binjai in evaluating the services it has so far for consumers who have joined. The sampling technique in this study used purposive sampling, using a questionnaire using a Likert scale and secondary data obtained from the literature.

Keywords: Trust and Service Quality, Consumer Satisfaction, and Prudential Sharia Insurance

Abstrak. Asuransi syariah merupakan asuransi islam yang merupakan bagian dari ekonomi Islam, merupakan salah satu aspek dari sistem Islam yang tentunya memiliki nilai dasar atau prinsip-prinsip yang sesuai dengan nilai-nilai illahiyah dalam pelaksanaan operasionalnya, namun nilai-nilai dari prinsip-prinsip asuransi Islam terdapat juga dalam prinsip-prinsip asuransi secara umum. tujuan penelitian ini diangkat yaitu, untuk menganalisis kinerja PT Asuransi Prudential Syariah Binjaidalam mengevaluasi pelayanan yang dimiliki selama ini kepada para konsumen yang bergabung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, dengan metode menggunakan angket dengan menggunakan skala likert dan data sekunder yang diperoleh dari literatur.

Kata Kunci: Kepercayaan dan Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Asuransi Prudential Syariah

LATAR BELAKANG

Bisnis Asuransi Finance yang beredar di masyarakat membutuhkan kepercayaan pelanggan. Hal ini dikarenakan kepercayaan pelanggan adalah asumsi yang dimiliki pelanggan dengan memberikan persepsi tentang kelebihan dan kekurangan yang dimiliki pada produk perusahaan (Hermanya, 2013). Perusahaan asuransi adalah lembaga keuangan non bank yang perannya tidak jauh berbeda dengan bank bergerak dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang. Definisi asuransi syariah menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah upaya untuk melindungi dan saling membantu dengan berinvestasi pada beberapa orang. Asuransi syariah merupakan asuransi islam yang merupakan bagian dari ekonomi Islam, merupakan salah satu aspek dari sistem Islam yang tentunya memiliki nilai dasar atau prinsip-

Received Februari 11, 2024; Accepted Maret 01, 2024; Published April 25, 2024

*Armando Nasution, armandonasution0101@gmail.com

prinsip yang sesuai dengan nilai-nilai illahiyah dalam pelaksanaan operasionalnya, namun nilai-nilai dari prinsip-prinsip asuransi Islam terdapat juga dalam prinsip-prinsip asuransi secara umum. (Nurul Huda, 2013).

Asuransi syariah dikenal juga dengan istilah asuransi ta'awun, yang artinya saling menolong atau tolong-menolong berdasarkan prinsip syariah yaitu saling toleransi sesama manusia dalam rangka membangun solidaritas dan penanggulangan bencana yang dialami pesertanya. Dalam asuransi tidak ada yang namanya pengambilan harta orang lain secara sia-sia (aklu amwaliminna bilbathil) karena yang diberikan hanyalah sedekah dari hasil harta yang terkumpul. Apalagi kehadiran takaful akan membawa kemajuan dan kesejahteraan ekonomi rakyat. (Abdullah Amrin, 2011) .

Berdasarkan perkembangan asuransi berbasis syariah di Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan bankbank syariah, di mana sejak dikeluarkannya Undang-Undang No.10/1998 yang mengatur secara tegas sistem perbankan syariah dunia perbankan di Indonesia diwarnai dengan munculnya bank-bank syariah atau bank-bank dengan unit syariahnya. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan asuransi konvensional yang memiliki keterkaitan bisnis dengan bank dituntut untuk masuk ke dalam bisnis syariah, khususnya asuransi kerugian, baik dengan mendirikan perusahaan asuransi kerugian secara terpisah atau mendirikan divisi syariah.

Dengan memahami kebutuhan para nasabah, muncul inovasi efektif dari salah satu perusahaan Prudential berbasis syariah, salah satunya yaitu PT Asuransi Prudential Syariah Binjai. Perusahaan ini menciptakan inovasi baru dan menawarkan produk-produk yang sesuai untuk nasabah. PT Asuransi Prudential Syariah Binjai menawarkan produk-produk asuransi jiwa dan investasi yang lengkap guna memenuhi kebutuhan para nasabah. Perusahaan ini menyediakan berbagai macam produk unggulan diantaranya adalah: (a) *Pru Link Syariah Assurance Account* dan (b) *Pru Link Investor Account*.

Sehubungan dari masalah yang dibahas pada penelitian diatas adalah: (1) Bagaimanakah kualitas layanan yang dimiliki PT Asuransi Prudential Syariah Binjai dalam mengatasi kepuasan konsumen? (2) Apakah kinerja karyawan dalam melayani klaim berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan pada PT Asuransi Prudential Syariah Binjai? Dengan demikian dari permasalahan diatas dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian ini diangkat yaitu, untuk menganalisis kinerja PT Asuransi Prudential Syariah Binjaidalam mengevaluasi pelayanan yang dimiliki selama ini kepada para konsumen yang bergabung.

METODE PENELITIAN

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berlokasi di PT Asuransi Prudential Syariah Binjai. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa asuransi jiwa pada PT Asuransi Prudential Syariah Binjai tahun 2022 sebanyak 7.546 orang. Sampel penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus slovin yang dibulatkan menjadi 44 nasabah.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu sampel disesuaikan dengan kriteria tertentu yang mempunyai sangkut paut yang erat dengan populasi yang diketahui sebelumnya. Kriteria pengambilan sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah nasabah yang hanya pemegang polis syariah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari responden teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan menggunakan skala likert dan data sekunder yang diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah:

- a) *Editing* (penyuntingan), yaitu meneliti kembali data yang telah dikumpulkan dengan menilai apakah data yang telah dikumpulkan tersebut cukup baik atau relevan untuk diproses atau diolah lebih lanjut
- b) *Coding* (pengkodean), yaitu usaha pengklasifikasian jawaban dari responden menurut macamnya dengan memberikan kode tertentu;
- c) Penyusunan buku kode, yaitu digunakan sebagai pedoman oleh peneliti untuk memindahkan jawaban dalam angket ke lembaran yang telah ditentukan
- d) *Tabulating* (tabulasi), yaitu proses penyusunan data dalam bentuk table

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel maka data dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah untuk meramalkan (memprediksi) variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasarkan hubungan fungsional atau sebab akibat (kausal) dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan analisis tersebut maka dapat juga dilihat kuat lemahnya pengaruh antara variabel dengan menggunakan nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

6. Validitas dan Reliabilitas Data

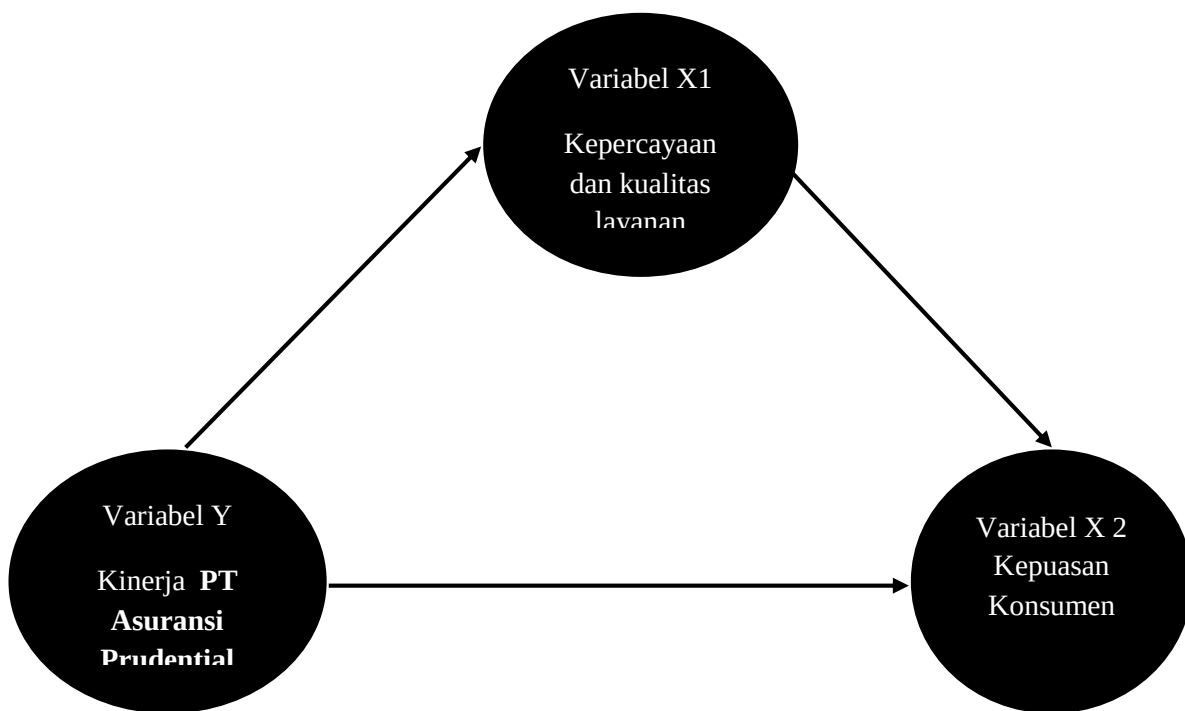
a) Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas (keabsahan) dari instrumen penelitian (angket) yang akan digunakan dalam mengumpulkan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir yang tersaji dalam angket benar-benar mampu menggambarkan dengan pasti apa yang diteliti.

b) Uji Reliabilitas Data

Fungsi uji reliabilitas untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain, alat ukur tersebut mempunyai hasil konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda.

Berikut ini hipotesis yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:



Gambar 1. Desain Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1 . Pelayanan PT Asuransi Prudential Syariah Binjai

Dari hasil observasi dan wawancara yang dapat disimpulkan antara manajemen pelayanan publik dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah di PT Asuransi Prudential Syariah di Binjai adalah pelayanan yang diharapkan oleh nasabah belum sepenuhnya tercapai karena faktor permasalahan atau hambatan yang timbul dari agen di PT

Asuransi Prudential Syariah Binjai. Di samping pelayanan hal yang paling penting dalam memberikan pelayanan adalah meningkatkan kualitas pelayanan juga perlu demi mempertahankan loyalitas kepada nasabah, nasabah yang merasa puas karena kualitas pelayanan akan memiliki dampak positif pada perusahaan, bahkan menjadi suatu indikator untuk menilai keberhasilan dari suatu organisasi.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia sudah menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan dan pekerjaan yang sangat mulia serta menjadi dampak positif bagi mereka yang melakukan dan yang menerimanya. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Surat At-Taubah ayat 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

2. Konsep Penyelenggaraan PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai

Pada pelaksanaan PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai praktik-praktiknya tidak mengandung unsur-unsur gharar, seperti marketing atau agen yang tidak memberikan informasi yang cukup pada nasabah atau calon nasabah, mengiming-imingi nasabah dengan keuntungan yang menarik, menyampaikan istilah yang tidak dimengerti oleh calon nasabah atau nasabah, dan merekrut agen-agen yang tidak mengerti dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan asuransi syariah.

Selain itu, konsep penyelenggaraan yang dilakukan oleh PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai memberikan tekanan-tekanan target atau iming-iming hadiah pada agen-agen dalam hal perekrutan nasabah yang akhirnya akan membuat para agen-agen tersebut menempuh cara yang tidak lazim untuk mendapatkan nasabah, apalagi jika terdapat iktikad yang tidak baik dari pihak perusahaan. Janji-janji manis yang ditawarkan perusahaan pada saat melakukan prospek terhadap nasabah pada umumnya telah menimbulkan sengketa yang merugikan pihak nasabah atau peserta asuransi pada saat terjadi klaim. Selain itu, konsep dasar asuransi syariah yang diterapkan pada PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai sangat menekankan pada unsur tolong menolong (ta'awun), maka segala bentuk transaksi yang mengarah kepada dua perbuatan yang terlarang itu benar-benar harus diwaspadai dan dihindari. Kalau seandainya kedua unsur tersebut masih terindikasi dalam operasional perusahaan

asuransi syariah, maka ta'awun yang diperintahkan oleh Allah belum sepenuhnya diaplikasikan.

Konsep ta'awun yang sesungguhnya dalam operasional perusahaan asuransi syariah, maka alangkah baiknya jika konsep risk sharing dan takaful yang ada dalam perusahaan asuransi syariah tidak terkelompok dalam batas-batas tertentu saja, atau walaupun dikelompokkan maka ia harus dalam pengertian yang jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman yang ujungnya menimbulkan permusuhan.

Pembahasan

1. Strategi Pemasaran PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai

Proses penentuan rencana eksekutif yang dimiliki PT. Asuransi Prudential Syariah Binjaiberfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dikenal sebagai strategi, disertai dengan pengembangan strategi atau usaha untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam definisi khusus, strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan tersebut mengarah kepada tindakan yang inkremental (terus meningkat) dan terus menerus, dan dilakukan dengan mempertimbangkan harapan klien di masa depan. Selain itu, pelaksanaan kegiatan ekonomi pada PT. Asuransi Prudential Syariah Binjaisangat efektif dalam meningkatkan nilai ekonomi, yang dinyatakan dalam bentuk harga barang dan jasa. Tiga elemen penting, yaitu produksi, pemasaran, dan konsumsi, memiliki dampak signifikan terhadap penetapan harga barang dan jasa.

Sartika (2013) menjelaskan beberapa strategi pemasaran akuntansi syariah yang diterapkan pada PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai, diantaranya meliputi:

a) Pendekatan pengembangan produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dipasok ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

b) Rencana promosi

Perusahaan terlibat dalam sejumlah upaya untuk menjelaskan manfaat produk mereka untuk membujuk konsumen sasaran untuk membelinya.

c) Rencana Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) adalah orang-orang yang terlibat aktif dalam pelaksanaan semua kegiatan perusahaan dan merupakan pertimbangan penting bagi semua bisnis.

d) Manajemen Proses

Proses merupakan usaha perusahaan untuk melaksanakan dan melaksanakan kegiatannya secara tepat waktu dan tepat sesuai dengan keinginan dan keinginan pelanggannya. Elemen fundamental yang membedakannya adalah asuransi syariah, yang dibangun di atas prinsip-prinsip hukum Islam. Intinya, bahan-bahan non-halal dijauhkan dari asuransi syariah.

2. Strategi Pelayanan dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.

Kepercayaan merupakan keyakinan suatu perusahaan terhadap perusahaan lainnya bahwa perusahaan lain tersebut akan memberikan outcome yang positif bagi perusahaan. Kepercayaan pelayanan konsumen mengarah kepada pengetahuan konsumen/nasabah mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen.

Studi kasus penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai. Artinya kepuasan nasabah tidak dipengaruhi perubahan kepercayaan konsumen PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai. Hal tersebut diakibatkan oleh nasabah yang memiliki kepercayaan dengan produk PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai belum berarti mereka merasa puas dengan produk tersebut, sehingga kepercayaan bukan menjadi alasan nasabah merasa puas.

Upaya agen asuransi PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai dalam melamar tidak lepas dari upaya agen tersebut, menurut pengamatan penulis di lapangan. Berikut ini adalah langkah-langkah untuk mempertahankan loyalitas konsumen:

a) Kinerja agen

Semua perusahaan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya untuk menjaga kenyamanan dan menghindari beralih ke perusahaan lain. Ada beragam sudut pandang

pada setiap layanan pelanggan ada yang puas dengan layanan yang ditawarkan perusahaan, dan ada pula yang tidak puas dengan layanan tersebut.

b) Mengembangkan hubungan pribadi dengan nasabah

Agen akan bertujuan untuk selalu berhubungan dengan klien untuk melestarikan dan meningkatkan pasar saat ini dengan memperkuat hubungan pelanggan dan membantu dalam peliputan dengan mengirimkan ucapan selamat ulang tahun atau hadiah. Loyalitas pelanggan dapat diperkuat dengan meningkatkan frekuensi komunikasi. Ketika pelanggan telah membeli produk, interaksi tidak harus berakhir

3. Prinsip Kinerja PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Kheng, L.L.,dkk (2010) menjelaskan 10 prinsip kinerja yang dimiliki pada perusahaan Asuransi Syariah, yaitu:

1. Aplikasi teknologi informasi di dunia nyata
2. Bersaing secara aman dan sehat.
3. Konsumen harus benar-benar ditangkap.
4. Menjadikan nilai-nilai spiritual sebagai landasan bisnis
5. Lihatlah target pasar secara keseluruhan.
6. Masuk ke hati dan pikiran calon pelanggan
7. Ciptakan sistem kepercayaan.
8. Diferensiasi dalam konteks dan substansi
9. Dalam menentukan bauran pemasaran, jujurilah.
10. Menggunakan ukhuwah sebagai landasan penjualan

4. Langkah-Langkah Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Setiawan, M.B. & Ukudi. (2007) menjelaskan setiap perusahaan memiliki rencana pemasaran sendiri, sehingga perlu adanya langkah-langkah efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen, diantaranya yaitu :

a) Mengidentifikasi Pelanggan Potensial

Seorang agen mengumpulkan informasi dari buku telepon, kenalan, tetangga, dan lingkaran sosial untuk membuat pengamatannya sendiri.

b) Tetapkan tujuan

Tentukan berapa banyak waktu yang akan diperoleh setiap calon konsumen (prospek). Untuk mencapai tujuan tersebut, Anda harus terlebih dahulu menentukan alokasi waktu untuk setiap calon konsumen.

c) Pastikan layanan yang cepat

Menyediakan pelanggan dengan update secara teratur. Informasi yang jelas dan dapat diakses Pelanggan dapat menggunakan akses dengan kemajuan teknologi yang semakin maju. Akses situs web pelanggan dapat memperoleh informasi tentang polis asuransi

KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai cukup berhasil dengan pendapatan premi atau laba yang meningkat setiap tahunnya. Ada beberapa strategi yang dilakukan agen PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai dalam mempertahankan loyalitas nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kinerja perusahaan yang terus di laporkan kepada nasabah dan publik guna mengetahui kegiatan perusahaan.
2. Kemajuan teknologi informasi yang dimanfaatkan oleh PT. Asuransi Prudential Syariah Binjai sebagai langkah yang lebih maju agar nasabah tidak harus ke kantor asuransi untuk mencek, cukup dengan mengakses internet atau membuka web Prudential nasabah bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
3. Komunikasi yang terus dilakukan oleh agen kepada nasabah guna membina hubungan baik jangka panjang dan memperluas relasi agen
4. Berinovasi dan menciptakan peluang - kita terus berinovasi dan menantang diri untuk menciptakan peluang.
5. Menunjukkan rasa peduli dan memahami - kita mengerti dan peduli akan kebutuhan dan harapan para karyawan, nasabah, agen, mitra kerja, dan para pemegang saham.

DAFTAR REFERENSI

- Aryani, D. & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126
- Kheng, L.L., Mahamad, O., Ramayah, T., & Mosahab, R. (2010). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2 (2), 57-66
- Muthohari, Nisrina. 2012. *Panduan Praktis Membeli dan Menjual Asuransi*, Yogyakarta: Buku Pintar
- Rianto, Elly dan Abror, Ahmad 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Riduwan, 2009. *Dasar-Dasar Statistika*, Cet. 7, Bandung: Alfabeta
- Rivai, Veithzal. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo
- Setiawan, M.B. & Ukudi. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kesetiaan Nasabah: Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 14 (2), 215-227.
- Soemitra, Andi. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani