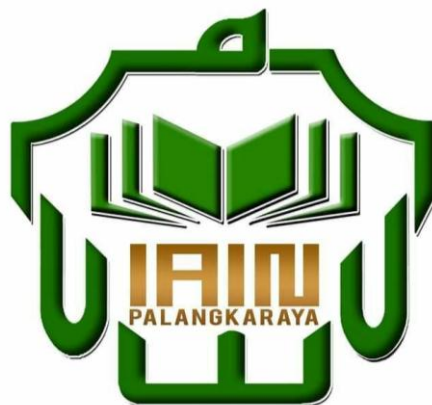


**PERSEPSI PESERTA POLIS PADA PELAYANAN
PT.ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA
DI KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



OLEH:

**NORLIANTI
NIM : 1504120403**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
TAHUN 2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PERSEPSI PESERTA POLIS PADA PELAYANAN PT.
ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA DI KOTA
PALANGKA RAYA**

NAMA : NORLIANTI

NIM : 1504120403

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARI'AH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Juni 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.S.I
NIP. 197402011999031002

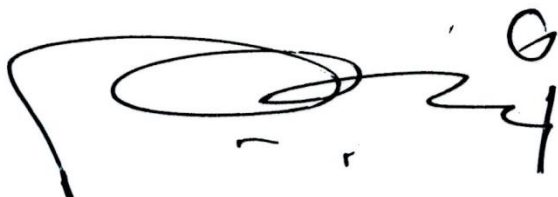


Fitri Faa'izah, S.E.I, M.H
NIP. 199004262018091222

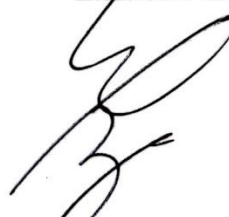
Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M. Si
NIP. 196311091992031004



Enriko Tedja Sukmana, S.Th, M. SI
NIP. 198403212011011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi
Saudari Norlianti**

Palangka Raya, Juni 2019

Kepada Yth,
Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya

di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

NAMA : NORLIANTI

NIM : 1504120403

JUDUL : **PERSEPSI PESERTA POLIS PADA PELAYANAN PT.
ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA DI KOTA
PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M. S. I
NIP. 197402011999031002



Fitri Faa'izah, S.E.I, M.H
NIP. 199004262018091222

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**PERSEPSI PESERTA POLIS PADA PELAYANAN PT. ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA DI KOTA PALANGKA RAYA**” oleh Norlianti, NIM 1504120403 telah dimunaqasyahkan Pada Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 09 Juli 2019

Palangka Raya, 12 Juli 2019

Tim Penguji:

Dr. Syarifuddin, M.Ag

Ketua Sidang/Penguji

(.....)

M. Zainal Arifin, M.Hum

Anggota/Penguji

(.....)

Ali Sadikin, M.S.I

Anggota/Penguji II

(.....)

Fitri Faa'izah, M.H

Sekretaris/Penguji

(.....)

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Drs Sabian Ustman, S.H, M.Si

NIP. 196311091992031004

PERSEPSI PESERTA POLIS PADA PELAYANAN PT.ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA DI KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh: NORLIANTI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya unsur pelayanan, bagi lembaga penyedia jasa tak terkecuali asuransi. Adanya asuransi sebagai lembaga penyedia jasa atau layanan dituntut untuk selalu memanjakan konsumen atau pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Tidak terkecuali PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama yang menyediakan layanan kepada nasabahnya dengan jemput bola, diskon, dan premi polis asuransi yang kompetitif. Rumusan masalah: (1) Bagaimanakah pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis Palangka Raya ? (2) Bagaimanakah persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya ? Tujuan penelitian : (1) Untuk mengetahui pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis Palangka Raya. (2) Untuk mendeskripsikan persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif, penelitian dilakukan selama 2 bulan bertempat di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah peserta polis dan karyawan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kota Palangka Raya dan objek penelitian penulis disini adalah PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam menentukan subjek penelitian maka digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) Observasi, (2) Wawancara, (3) Dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pengabsahan data dengan triangulasi sumber. Adapun teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah (1) *Data Collection*, (2) *Data Reduction*, (3) *Data Display*, (4) *Data Drawing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama telah memberikan pelayanan yang baik dibuktikan dengan kedisiplinan para karyawannya dalam melakukan pelayanan dengan merespon setiap nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan secara cepat dan tepat serta melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) nasabahnya. (2) Persepsi peserta polis terhadap pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam hal ini, para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan mereka memberikan tanggapan yang positif terhadap perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

Kata Kunci : Pelayanan, Persepsi, Asuransi.

**POLIS PARTICIPANT PERCEPTION
ON PT. ASURANSI TUGU KRESNA PRATAMA
IN PALANGKA RAYA TOWN**

ABSTRACT

By: NORLIANTI

This research is motivated by the importance of service elements for service provider institutions, insurance is no exception. Insurance benefits as an institution or service provider is required to always delight customers or customers with the best service. The customers will be looking for a product in the form of goods or services from companies that can provide the best service to them. No exception PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama which provides services to its customers with proactive, discounts and polis premium with competitive insurance. Formulation of the problem: (1) How is the service at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama to polis participants Palangka Raya? (2) How is the participants' perceptions of the policy to service at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya? Objective of the research: (1) To determine the service at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama to polis participants Palangka Raya. (2) To describe the participants' perceptions to the service at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya.

This research is a qualitative descriptive study, the research carried out for 2 months at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangkaraya. The subjects in this study were polis participants and employees at PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama at Palangka Raya and the object of the research is PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama and in determining the subject of the research used purposive sampling technique. Data collection techniques used in this study are (1) observation, (2) interview, (3) documentation. This study uses the data to triangulate the source for legitimacy. The data collection techniques used by researcher are (1) Data Collection, (2) Data Reduction, (3) Data Display, (4) Data Drawing.

The results showed that (1) PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama has provided good service as evidenced by the discipline of its employees in performing services by responding to every financial person who wants to get fast and appropriate service serving with non-discrimination (distinction) customers. (2) Polis participants' perceptions towards PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama services in this case, the customer is satisfied with the services provided and they give a positive response to the company PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

Keywords: *Services, Perception, Insurance.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warhmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat tidak lupa pula kita memohon pertolongan atas limpahan taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Persepsi Peserta Polis pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Krsna Pratama di Kota Palangka Raya”** ini dapat terselesaikan, shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. beserta para kerabat, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan pihak, baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th, M. SI selaku Ketua jurusan Ekonomi Islam IAIN Palangka Raya.

4. Bapak Ali Sadikin, M. S.I sebagai dosen pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada saya.
5. Ibu Fitri Faa'izah, S.E.I, M.H selaku pembimbing II yang telah sabar untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bimbingan dan pengajaran kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan membantu memberikan informasi terkait dengan penelitian.
7. Ayah dan Ibu penulis yang selalu mendo'akan dan memberikan mendukung sehingga terselesaikannya skripsi ini dan tidak pernah bosan mendukung penulis. Demikian juga untuk semua keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.
8. Kepada perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Kota Palangka Raya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan terima kasih pula telah memberikan data berkaitan dengan judul penelitian saya.
9. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2015 khususnya kelas B yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

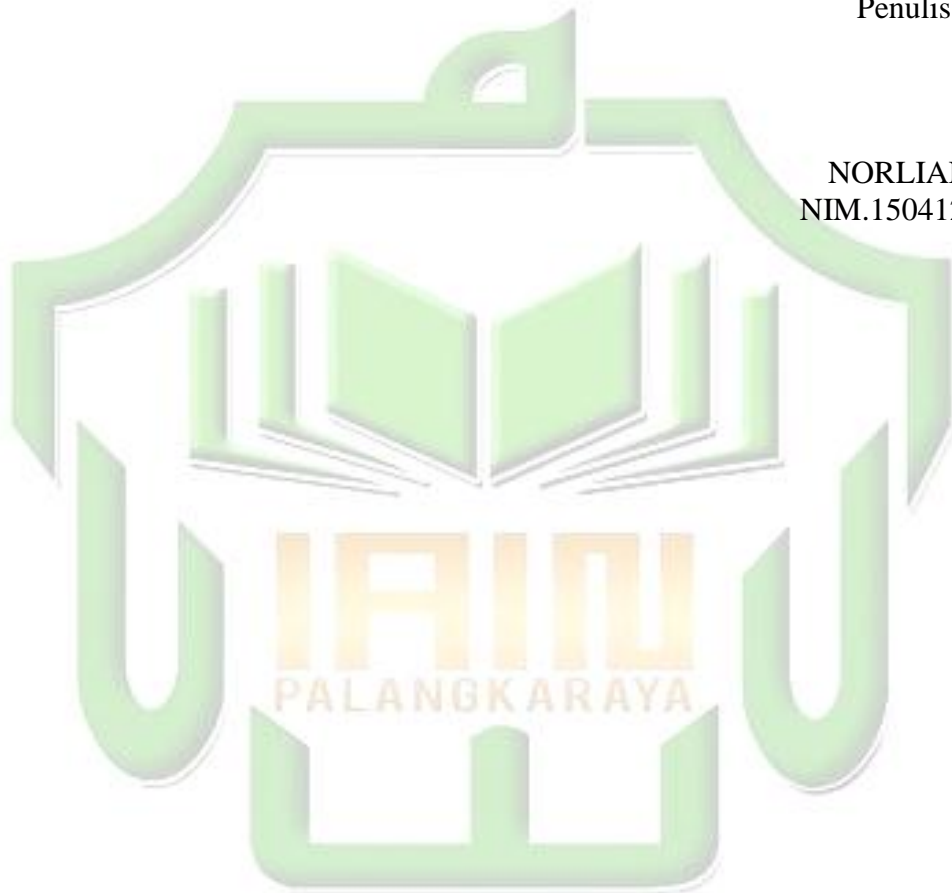
Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabaarakatuh.

Palangka Raya, Juni 2019

Penulis

NORLIANTI
NIM.1504120403



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Norlianti
NIM : 1504120403
Jurusan / Prodi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul: **“Persepsi Peserta Polis Pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Di Kota Palangka Raya”** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Juni 2019

Penulis



Norlianti

NIM. 1504120403

MOTTO

﴿۷﴾ فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿۸﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿۸﴾

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.

(Q.S. Az-Zalzalah/99:7-8)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

AlhamdulillahirabbilAlamiin,, Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah SWT karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta lantunan sholawat dan salam penggugah hati dan jiwa kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

Yang pertama saya persembahkan tugas terakhir saya sebagai mahasiswa kepada orang yang sangat saya cintai yang sudah sabar membimbing dan membesarkan dari kecil yaitu ayah dan ibu saya, dengan kasih sayang yang tidak ada habisnya dan doa-doa yang terus dipanjatkan untuk kelancaran saya sehingga anak pertamanya ini dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan untuk adik kandung saya tersayang terima kasih telah membarikan semangat dan dorongan terus kepada saya, sekali lagi saya persembahkan untuk keluarga saya tercinta yang tiada hentinya selama ini memberikan semangat dan do'a, dorongan nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan sehingga saya selalu kuat dalam melewati segala rintangan yang ada didepanku. Ayah... Ibu... terimalah kado kecil ini sebagai kado kecil saya untuk membalas semua jerih payah dan pengorbanan kalian. Dalam setiap langkah saya, saya berusaha mewujudkan harapan-harapan yang Ayah dan Ibu impikan di diri saya walaupun belum semuanya saya raih...terima kasih banyak menjadi Ayah dan Ibu saya yang terhebat... semoga Allah selalu meridhoi langkah kita di dunia dan akhirat dan memberikan kesehatan kepada kita semua... Amiiinnn Ya Rabbal Alamiinn

Tak lupa pula saya ucapkan terimakasih untuk seluruh dosen-dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu beliau kepada saya, takkan sanggup saya ungkapkan dengan kata-kata semoga Allah SWT membalas jasa-beliau, serta kepada sahabat debes saya, siti maykiyah, halimatus sa'diah dan musliana terima kasih banyak telah menjadi sahabat terbaik saya, dan juga teman-teman Esy kelas B angkatan 2015 yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu dalam rangkuman pertemanan selama 4 tahun kita lewati bersama banyak keceriaan rasa yang sudah terlewati dan kita alami, perkuliahan tidak akan menyenangkan jika tanpa kalian, tidak ada yang akan dikenang, dan tidak ada yang diceritakan pada masa depan. Terima kasih banyak atas semua pelajaran dan pengalaman yang kalian berikan.

Sumassala Mualaikum Warahmatullahii Wabarakatuh

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, daftar hurup Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	ditulis	A
◌ِ	Kasrah	ditulis	I
◌ُ	Dammah	ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu	Ditulis	<i>Au</i>

mati		
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لأئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NODA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
MOTTO.....	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 9

A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori.....	14
1. Bauran Pemasaran.....	14
2. Konsep Tentang Layanan Publik	16
a. Pengertian Pelayanan.....	16
b. Jenis-jenia Pelayanan.....	18
c. Kualitas Pelayanan Publik.....	19
3. Konsep Dasar Tentang Persepsi.....	28

a. Pengertian Persepsi.....	28
b. Syarat Terjadinya Persepsi.....	31
c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	32
d. Proses Persepsi.....	32
4. Asuransi.....	33
a. Pengertian asuransi.....	33
b. Jenis-jenis Asuransi.....	37
c. Dasar Hukum Asuransi.....	38
C. Kerangka Berpikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
1. Waktu Penelitian.....	41
2. Tempat Penelitian.....	41
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
1. Observasi.....	42
2. Wawancara.....	45
3. Dokumentasi.....	46
E. Keabsahan Data.....	47
F. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	50
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	50

1. Kota Palangka Raya.....	50
2. Profil Perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.....	55
B. Penyajian Data Persepsi Peserta Polis Pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya.....	59
1. Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis kota Palangka Raya.....	59
2. Persepsi Peserta Polis Terhadap pelayanan pada PT. Asuransi TuguKresna Pratama Kota Palangka Raya.....	75
C. Analisis Data.....	97
1. Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis kota Palangka Raya.....	97
2. Persepsi Peserta Polis Terhadap pelayanan pada PT. Asuransi TuguKresna Pratama Kota Palangka Raya.....	101
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Analisis Persamaan dan Perbedaab Penelitian.....	13
--	----



DAFTAR BAGAN

BAGAN 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan dibagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank seperti bank syariah dan bank konvensional dan lembaga keuangan non bank seperti asuransi, pegadaian, anjak piutang, koperasi dan lain sebagainya. Adapun Manfaat dari lembaga keuangan non bank ini adalah membantu menggerakkan sistem perekonomian masyarakat, khususnya melayani kebutuhan ekonomi masyarakat yang tidak bisa dijangkau oleh fungsi lembaga perbankan. Sehingga lembaga penyedia jasa atau layanan dituntut untuk selalu memanjakan konsumen atau pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya. Untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan, menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Faktor manusia sebagai pemberi pelayanan terhadap publik dalam organisasi dianggap sangat menentukan dalam menghasilkan pelayanan yang berkualitas.¹

Kebijakan perusahaan perlu berusaha membina etika kerja yang baik dikalangan pekerja. Para pekerja yang mengamalkan etika kerja yang baik dapat

¹Sofyan Assauri, “*Customer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*”, *Manajemen Usahawan Indonesia*, No. 01, TH. XXXII, Januari, 2003.

menguntungkan perusahaan karena para pekerja ini tidak akan melakukan tindakan yang dapat merugikan perusahaan dan mereka juga akan mencoba memuaskan keinginan pelanggan perusahaan. Usaha-usaha mengembangkan sikap beretika dalam kegiatan perusahaan, bukan saja penting untuk perusahaan, tetapi juga sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mempraktikkan etika perusahaan perlu menjadi suatu tanggung jawab bersama karena tanpa masyarakat siapalah pengusaha. Tanggungjawab ini disebut tanggungjawab sosial pengusaha kepada masyarakat.²

Konsumen mulai merasakan pentingnya pemilihan produk asuransi yang merupakan pengambilan keputusan yang cukup rumit karena melibatkan berbagai kriteria, seperti kualitas pelayanan, harga premi yang harus dibayarkan dan kemudahan prosedur klaim dan lain sebagainya, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian polis asuransi yang pada akhirnya menentukan digunakan atau tidaknya asuransi tersebut. Untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan, menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Ini merupakan suatu usaha perusahaan untuk menciptakan suatu nilai yang langgeng atau abadi bagi perusahaan. Begitu penting arti dari pelayanan ini, sampai-sampai ada ungkapan yang menyatakan hanya ada satu kategori bisnis yaitu pelayanan. Karena pelayanan berarti solusi. Perusahaan harus memberikan solusi yang tepat

² Sadono. Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2014, h. 341.

kepada konsumen, dan solusi yang tepat kepada konsumen adalah pelayanan.³ Dengan demikian, Persepsi merupakan sebuah proses yang aktif dari manusia dalam memilah, mengelompokkan, serta memberikan makna pada informasi yang diterimanya. Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses pengindraan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan yang terjadi, yang selanjutnya diproses oleh otak⁴

Asuransi adalah salah satu bisnis yang memberikan layanan jasa kepada para pelanggannya. Sebagaimana bisnis lainnya yang bergerak dalam industri jasa, asuransi yang beroperasi atas dasar kepercayaan juga dituntut untuk menunjukkan kinerja, reputasi, dan pelayanan yang semakin baik. Oleh karena itu, asuransi bergerak dalam bidang industri jasa harus berorientasi pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas merupakan salah satu basis bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan bisnis asuransi itu sendiri.

Undang-undang No 2 Tahun 1992 dalam pasal 1 mendefinisikan:

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.⁵

³ M amin. Suma, *Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*, Jakarta: Kholam Publishing, 2006, h. 84.

⁴ Kadar Nurjaman. Khaerul Umam, *Komunikasi & Public Relation*, Bandung: CV Pustaka setia, 2012, h. 73-74.

⁵ Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2011, h. 8.

Asuransi merupakan satu sarana yang mutlak diperlukan untuk menyelesaikan persoalan umum masyarakat dengan cara kerja sama timbal balik. Untuk mengurangi risiko yang terjadi dimasa akan datang seperti kehilangan, risiko kebakaran, risiko kredit bank pinjaman atau lainnya, maka tanggung jawab untuk mengurangi yang pasti, dan masyarakat dapat mempertanggungjawabkannya pada perusahaan asuransi.

Salah satu perusahaan asuransi yang ada di Palangka Raya adalah perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama yang didirikan pada tahun 1991 semula bernama PT. Asuransi Ratu Sampoerna dan pada tahun 1994 terjadi perubahan nama perusahaan menjadi PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama. PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama diharapkan juga dapat bersaing untuk memberikan layanan asuransi kepada segmen pasar bebas lainnya. Awal tahun 2018 PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama telah membuka tiga kantor pemasaran baru di 3 kota yaitu, Palangka Raya, Pekanbaru dan Manado guna mendukung perkembangan bisnis asuransi dan target bisnis di tahun 2018.⁶

Asuransi Tugu Kresna Pratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang *general insurance*, salah satu produk yang dipasarkan di Asuransi Tugu Kresna yakni asuransi kebakaran dan *surety bond*. *Surety bond* adalah penjaminan terhadap pekerjaan baik itu kontruksi, pengadaan barang dan jasa serta konsultasi. Dalam hal ini para terjamin menjaminkan pekerjaannya, karena beberapa hal, pertama bila terjadi wanprestasi, kedua sebagai penjaminan kesanggupan penyelesaian pekerjaan. Karena menyangkut banyaknya persaingan

⁶ <http://www.Tugukresna.com>. Diakses pada 29 April 2018.

bisnis asuransi dituntut untuk memberikan pelayanan prima, biaya yang kompetitif, para karyawan harus berperan aktif untuk memperkenalkan, mempertahankan kinerja, menjaga etos kerja demi menjaga nama baik dan pelayanan terhadap nasabah harus di tingkatkan. Dalam pelayanan di Asuransi Tugu Kresna Pratama ada beberapa seperti premi polis asuransi yang kompetitif, *reward* (diskon), hubungan dekat (komunikasi yang harmonis) dan jemput bola. Jemput bola itu salah satu layanan diluar kantor karena dimana karyawannya itu sendiri pergi menemui peserta polis untuk akad atau perjanjian asuransi yang diinginkannya karena peserta tidak datang langsung ke perusahaan asuransi tersebut.⁷

Dengan melihat uraian di atas, maka pelayanan di PT Asuransi Tugu Kresna Pratama kota Palangka Raya saya rasa sudah cukup baik, kemudian saya ingin melihat dari persepsi peserta polis tersebut apakah perkiraan saya itu benar ataupun sebaliknya, maka penulis tertarik untuk meneliti “**Persepsi Peserta Polis pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimanakah pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis Palangka Raya ?

⁷ Observasi awal dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 14 Juni 2018.

2. Bagaimanakah persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis Palangka Raya.
2. Untuk mendeskripsikan persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya.

D. Batasan Masalah

Mengingat ada dua yang dipasarkan dalam perusahaan asuransi tersebut maka penelitian ini hanya membatasi asuransi *surety bond* saja karena asuransi tersebut paling banyak diminati peserta polis.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis;

1. Kegunaan teoritis
 - a. Akan menambah wawasan dan pengetahuan lebih mendalam mengenai persepsi peserta polis pada pelayanan PT. Asuransi tugu kresna pratama.
 - b. Penelitian ini akan memberikan sumbangan pengetahuan tentang bagaimana pelayanan yang di inginkan oleh peserta polis.
 - c. Bagi penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi yang mempunyai hubungan sejenis dengan penelitian untuk di masa akan datang.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai literatur sekaligus sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan sebagai literatur bagi keputakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

F. Sistematika Penulisan Penelitian

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini diurutkan menjadi beberapa bab, antara lain:

Bab I yaitu penulis menjelaskan tentang Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II yaitu Kajian Pustaka yang membahas tentang beberapa hal yang berkaitan dengan teori dari penelitian penulis. Dalam bab ini berisi tentang seluruh teori penguat atau pendukung yang membentuk suatu paradigma terkait penelitian ini. Bagian dari kajian pustaka itu sendiri termasuk di dalamnya penelitian terdahulu yang relevan, dasar teoritik dan kerangka berpikir. Berikut dasar-dasar teoritik yang dijadikan acuan, yaitu : Konsep dasar pelayanan publik terdiri dari pengertian pelayanan, dasar-dasar pelayanan, jenis-jenis pelayanan, dan kualitas pelayanan. Konsep dasar tentang persepsi terdiri dari pengertian persepsi, syarat-syarat terjadinya persepsi, faktor yang mempengaruhi persepsi, dan proses persepsi. Pengertian asuransi, jenis-jenis asuransi dan hukum asuransi.

Bab III penulis membahas tentang Metode Penelitian. Dalam bab ini berisi tentang rancangan atau rencana penelitian yang akan dilakukan. Adapun

yang termasuk ke dalam bagian ini yaitu, waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV penulis membahas tentang Pembahasan dan Analisis data. Dalam bab ini akan diuraikan beberapa pembahasan atau hasil penelitian.

Bab V berisi penutup hasil kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian ini, dan saran-saran.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berikut ini terdapat beberapa penelitian-penelitian terdahulu atau penelitian sebelumnya yang mengungkapkan tentang persepsi nasabah pada pelayanan telah melakukan penelitiannya pada suatu perusahaan. Diantaranya sebagai berikut:

1. **Kiki novi saraswati** (2013) Dengan judul “Kepuasan Konsumen ditinjau dari Persepsi tentang Asuransi dan Pelayanan di Asuransi Bumi Putera Surakarta”. Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang asuransi terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh pelayanan asuransi terhadap kepuasan konsumen, dan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang asuransi dan pelayanan asuransi terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian kepuasan konsumen ditinjau dari persepsi tentang asuransi dan pelayanan di asuransi Bumi Putera, dari hasil kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi tentang asuransi dan pelayanan asuransi. Persepsi tentang asuransi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada asuransi bumi putra surakarta dapat diterima.⁸

⁸Kiki novi saraswati, “Kepuasan Konsumen ditinjau dari Persepsi tentang Asuransi dan Pelayanan di Asuransi Bumi Putera”, Skripsi Sarjana, Surakarta: Universitas Muhammadiyah, 2013, h. 11 t,d.

Hal yang menjadi referensi penulis dalam skripsi ini adalah karena skripsi ini membahas tentang persepsi tentang Asuransi dan Pelayanan di Asuransi Bumi Putera yang dimana menurut penulis juga berhubungan dengan judul penulis yaitu persepsi peserta polis pada pelayanan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dan perbedaanya terletak pada subjeknya serta metode yang digunakan penulis adalah kualitatif.

2. **Oktavianus Taroreh, Rotinsulu Jopie Jorie, Rudy Wenas (2015)** dengan judul “Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi Jasindo Manado”. Yang bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi, untuk mengetahui persepsi konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi, dan untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa asuransi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian ekplanansi dengan teknik analisa regresi berganda. Hasil kesimpulan dari penelitian tersebut adalah Persepsi Konsumen dan Kepercayaan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Asuransi PT Jasindo. Kemudian, persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Asuransi PT Jasindo. Dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa Asuransi PT Jasindo.⁹

⁹Oktavianus Taroreh, “Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi jasindo”, Skripsi Sarjana, Manado: Universitas Sam ratulangi, 2015, h. 13, t.d.

Hal yang menjadi referensi penulis dalam skripsi ini adalah karena skripsi ini membahas tentang pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi asuransi jasindo manado yang dimana menurut penulis juga berhubungan dengan judul penulis yaitu persepsi peserta polis pada pelayanan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dan perbedaanya terletak saat penulis tidak mengkaji tentang kepercayaan konsumen pada PT. asuransi tugu kresna pratama dan subjeknya serta metode yang digunakan penulis adalah kualitatif.

- 3. Siti Wulandari (2017).** Dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kualiatas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Asuransi jiwa”. Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan regresi linier berganda. Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo Surabaya, sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo Surabaya, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo Surabaya. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo

Surabaya sebaliknya semakin rendah kualitas layanan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah Axa Financial cabang Darmo Surabaya.¹⁰

Hal yang menjadi referensi penulis dalam skripsi ini adalah karena skripsi ini membahas tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Asuransi jiwa yang dimana menurut penulis juga berhubungan dengan judul penulis yaitu persepsi peserta polis pada pelayanan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dan perbedaanya terletak saat Penulis tidak mengkaji tentang kepercayaan dan kepuasan konsumen pada PT. asuransi tugu kresna pratama dan subjeknya berbeda serta metode yang digunakan penulis adalah kualitatif.

Adapun dalam penelitian penulis mencoba mengkaji tentang “Persepsi Peserta Polis pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya”. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengarkan suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud memperoleh umpan balik (*feed back*) beberapa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan dengan control dan ukuran keberhasilan. Hal ini dapat kita contohkan dengan Perusahaan Asuransi, peranan asuransi sebagai salah satu pelayanan kebutuhan sosial masyarakat yang penggunaanya untuk jangka panjang dan bersifat berjaga-jaga Contohnya dalam pelayanan di PT. asuransi tugu

¹⁰Siti Wulandari, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Asuransi jiwa, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2017,h. 12. t.d.

kresna pratama adalah jempit bola sebagai layanan untuk memudahkan peserta polis dalam mengadakan perjanjian.

Tabel 2.1
Analisis Persamaan dan Perbedaan

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Kiki novi saraswati (2013)	Kepuasan Konsumen ditinjau dari Persepsi tentang Asuransi dan Pelayanan di Asuransi Bumi Putera Surakarta.	Keputusan pembelian jasa asuransi pada PT. Jasindo berpengaruh terhadap persepsi konsumen dan kepercayaan konsumennya.	Terletak pada judul yaitu tentang persepsi konsumen dan pelayanan di asuransi.	Penulis tidak mengkaji tentang kepuasan konsumen pada PT. asuransi tugu kresna pratama.
2	Oktavianus Taroreh, Rotinsulu Jopie Jorie, Rudy Wenas (2015)	Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi jasindo Manado.	Kepuasan konsumen pada asuransi Bumi Putera dipengaruhi oleh persepsi konsumen pada pelayanan di asuransi tersebut.	Terletak pada judul yaitu persepsi konsumen pada asuransi.	Penulis tidak mengkaji tentang kepercayaan konsumen pada PT. asuransi tugu kresna pratama.
3	Siti Wulandari (2017)	Pengaruh Kepercayaan dan Kuliatas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Asuransi jiwa	Kepuasan konsumen di asuransi jiwa dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan di asuransi jiwa tersebut.	Terletak pada judul tentang pelayanan pada asuransi	Penulis tidak mengkaji tentang kepercayaan dan kepuasan konsumen pada PT. asuransi tugu kresna pratama

Sumber: di buat oleh peneliti tahun 2019

B. Landasan Teori

1. Bauran Pemasaran

Perencanaan dalam pemasaran mencakup penentuan strategi yang akan dipakai agar produk dapat dijual ketangan konsumen. Hal ini berarti bahwa tugas manajemen pemasaran adalah bagaimana mengkomunikasikan keberadaan produk kepada para konsumennya. Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran.

Pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Bauran pemasaran sendiri ialah merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.¹¹ Demi kesuksesan, perusahaan harus mampu merencanakan bauran pemasaran yang akan memaksimalkan penjualan dan keuntungan. Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen. Elemen-

¹¹M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 128.

elemen tersebut meliputi *product, price, promotion, place* (produk, harga, promosi dan distribusi).¹²

a. Produk (*Product*)

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Jadi produk yang berupa manfaat *tangible* (langsung) maupun *intangibile* (tidak langsung).¹³

b. Harga (*Price*)

Penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Sebab bila harga terlalu tinggi banyak pembeli potensial menjadi menghilang, sedang bila harga terlalu rendah perusahaan tidak memperoleh cukup keuntungan. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan.

c. Promosi (*Promotion*)

Pada hakekatnya promosi merupakan suatu aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran

¹²M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta:PT Indeks, 2013, h. 201.

¹³M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, h. 129.

untuk membelinya. Tujuan akhir dari promosi adalah menaikkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan.¹⁴

d. Tempat/Distribusi (*Place*)

Tempat dalam bauran pemasaran biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Jangkauan tempat menjadi suatu yang harus dipertimbangkan secara matang, tempat-tempat yang strategis tentu memiliki peluang akses publik yang lebih baik serta memberikan kemudahan akses ke konsumen.¹⁵

2. Konsep Tentang Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Ada beberapa pengertian pelayanan, Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain.

Pelayanan menurut Fandy Tjiptono:

“Adalah bentuk penyajian, tindakan, dan informasi yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan pelanggan atau pengguna jasa dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam produk/jasa inti yang dibeli pelanggan/pengguna”¹⁶

Pelayanan (*Service*) menurut Kotler yaitu:

“Bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.¹⁷

¹⁴Ibid h. 129.

¹⁵M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, h. 204-212.

¹⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007, h. 330-331.

¹⁷Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h.85.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Dalam praktiknya, pelanggan atau nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu:

- 1) Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (*customer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk.
- 2) Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.
- 3) Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi, dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.
- 4) Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat.¹⁸

Seorang petugas (*customer service*, pramuniaga atau kasir) dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, seorang petugas harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etika pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang

¹⁸Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, h. 15-16.

diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang bakal dihadapnya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan, dan produk yang ditawarkan.¹⁹

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh perusahaan, organisasi, ataupun perorangan kepada konsumen (nasabah/yang dilayani), yang tidak memiliki wujud dan juga tidak dapat dimiliki. Pelayanan juga merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

b. Jenis-jenis Pelayanan

Selain pelayanan kepada pelanggan juga harus diperhatikan terlebih dahulu pelayanan yang ada di dalam yaitu pelayanan antar karyawan dengan karyawan dan dengan atasan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa jenis pelayanan dibagi ke dalam dua kelompok:

1) Pelayanan ke Dalam

Pelayanan ke dalam artinya pelayanan antar karyawan dengan karyawan dalam mendukung pelayanan terhadap pelanggan, atau pelanggan antar karyawan dengan pemimpin atau sebaliknya.

¹⁹Ibid, h 16-18.

2) Pelayanan Ke Luar

Pelayanan ke luar artinya pelayanan yang diberikan kepada pihak luar perusahaan misalnya dengan nasabah atau pelanggan. Pelayanan seperti ini dilakukan dalam rangka melayani proses transaksi sampai pelanggan membeli atau mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

c. Kualitas pelayanan publik

Menurut presdir GE, John F. Welch Jr: "Kualitas adalah jaminan terbaik kesetiaan pelanggan, pertahanan terbaik kamu menghadapi para pesaing dari luar, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng".²⁰ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.²¹ Menurut Lovelock mengatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.²²

Definisi kualitas berpusat pada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa mengatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian

²⁰Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 43.

²¹Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta Barat: PT Indeks, 2011, h.11.

²²Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, h.88.

besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan berkualitas.²³

Kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjipto kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.²⁴ Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah diterapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pada dasarnya nasabah selalu ingin memperoleh perhatian dari perusahaan. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, dalam arti dipenuhi keinginan dan kebutuhannya secara tepat dan cepat. Oleh karena itu, pelayanan yang baik harus segera dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.²⁵

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

²³Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, h. 44.

²⁴Deremu Jurnal Manajemen Volume 11 No. 2, September 2016, h. 270.

²⁵ Kasmir, *Etika Customer Service*, h. 56.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.²⁶

Berdasarkan uraian di atas, Zeithaml dalam Hardiyansyah menjelaskan bahwa ukuran kualitas pelayanan memiliki sepuluh dimensi, yaitu:

- 1) *Tangibles* (berwujud fisik), terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi;
- 2) *Reliability* (kehandalan), terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat;
- 3) *Responsiveness* (ketanggapan), kemauan untuk membantu konsumen, bertanggungjawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- 4) *Competence* (kompeten), terdiri atas tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan pelayanan;
- 5) *Courtesy* (ramah), sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak;
- 6) *Credibility* (dapat dipercaya), sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat;
- 7) *Security* (merasa aman), jasa pelayanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya atau resiko;

²⁶ Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, h.27.

- 8) *Access* (akses), terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan;
- 9) *Communication* (komunikasi), kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan;
- 10) *Understanding the customer* (memahami pelanggan), serta melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan sepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut, kemudian Zeithaml (1990) dalam Hardiyansyah menyederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu dimensi *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) sebagai berikut: Selisih antara persepsi dan harapan inilah yang mendasari munculnya konsep *gap* dan digunakan sebagai dasar skala *SERVQUAL*, yang didasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu:²⁷

- 1) Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Untuk dimensi *Tangible* (Berwujud), terdiri atas indikator:

- a) Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan.
 - b) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
 - c) Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan.
 - d) Kemudahan proses dan akses layanan.
 - e) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- 2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

²⁷ M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004, h.58.

Untuk dimensi *Reliability* (Kehandalan), terdiri atas indikator:

- a) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan.
 - b) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
 - c) Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
 - d) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Untuk dimensi *Responsiveness* (Respon/Ketangapan), terdiri atas indikator:

- a) Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.
 - b) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat.
 - c) Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat.
 - d) Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.²⁸
- 4) Jaminan (*Assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

Untuk dimensi *Assurance* (Jaminan), terdiri atas indikator:

- a) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.

²⁸ Eki anes Wijaya SW, Kualitas Pelayanan Perizinan Melalui Sistem *One Stop Service* pada Badan Penanaman Modal dan Perizinan (BPMP) Kota Bandar Lampung di akses pada 22 Februari 2019.

- b) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
 - c) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
- 5) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.²⁹

Masing-masing dimensi memiliki indikator sebagai berikut:

Untuk dimensi *Empathy* (Empati), terdiri atas indikator:

- a) Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan.
- b) Petugas melayani dengan sikap ramah.
- c) Petugas melayani dengan sikap sopan santun.
- d) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan).
- e) Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.³⁰

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan mejadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar terstentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas. Begitu juga dalam persepektif islam kita harus mempunyai sopan santun untuk melayani seseorang sesuai dengan sabda Rasulullah saw:

³⁰ Ibid, h, 18.

Dari Jabir bin Abdullah r.a. bahwasanya Rasulullah saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah (hati) ketika menjual, ketika membeli dan ketika memutuskan.³¹

Allah SWT berfirman: dalam QS. Al-Hijr ayat 88.

وَآخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman”.³²

Ayat ini menjelaskan tentang seorang pelaku bisnis muslim harus berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan dalam Al-Quran dan sunnah. Sopan santun adalah fondasi dasar dari inti dari kebaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan *basic* dari jiwa melayani (*service*) dalam bisnis.³³

kemudian firman Allah SWT dalam QS. Al-Israa ayat 7.

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

Artinya: “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri”.³⁴

Ayat ini menjelaskan apabila ada kebaikan yang kalian lakukan maka akan memberikan manfaat yang kembali kepada diri kalian sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu bagi dirimu

³¹Achmad Sunarto, *terjemah Shahih Bukhari Jilid III*, Semarang: CV. Asy syifa. 1992, h. 211.

³² Al-Hijr [15] : 88

³³ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, CV. Jaya Sakti, Surabaya:1997, h.398-399.

³⁴ Al-Israa' [17]: 7

sendiri. Syariat Islam menilai bahwa perbuatan atau pelayanan yang terbaik seseorang kepada orang lain pada hakikatnya ia telah berbuat baik untuk dirinya sendiri.³⁵

Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik memberikan definisi pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Menurut Lewis dan Gilman, bahwa pelayanan publik adalah kepercayaan publik. Pelayanan publik dilaksanakan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ada. Nilai akuntabilitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat tentang pelayanan yang diberikan. Pertanggungjawaban terhadap aspek yang dilayani adalah bagian dari pemenuhan terhadap pelayanan publik untuk menjunjung tinggi kepercayaannya kepada masyarakat. Kepercayaan masyarakat adalah sebagai dasar untuk mewujudkan tercapainya pemerintahan yang baik.³⁶

Jika dianalisis secara spesifik, bahwa pelayanan adalah pemberian hak dasar kepada warga negara atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya yang diatur oleh peraturan perundang-

³⁵ Asmuni, Tafsir Al Qurtubi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008, h. 539.

³⁶ Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, Depok: Rajawali Pers, 2017, h. 21.

undangan. Pelayanan mempunyai makna melayani orang yang dilayani. Jika melayani, maka sejatinya adalah memberikan pelayanan/pengabdian secara profesional dan proporsional. Bentuk dan cara pelayanan juga merupakan bagian dari makna yang tidak terpisahkan dari pelayanan itu sendiri. Pelayanan berarti melayani dengan sungguh-sungguh kepada orang yang dilayani untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingannya dalam rangka memberikan kepuasan dan kemanfaatan.³⁷

Sementara itu, dalam konteks pelayanan publik adalah melayani kebutuhan yang berkaitan dengan kepentingan publik. Pelayanan publik adalah melayani secara keseluruhan aspek pelayanan dasar yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk dipenuhi sesuai dengan ketentuannya. Pelayanan publik menjadi suatu sistem yang dibangun dalam pemerintahan untuk memenuhi unsur kepentingan rakyat. Pelayanan publik merupakan pemberian layanan yang diberikan kepada warga negara secara baik dan profesional baik jasa, barang atau administrasi sebagai bagian dari keperluan masyarakat. Pelayanan publik yang baik memberikan kepuasan terhadap masyarakat atas pelayanan tersebut. Dalam pemberian pelayanan, menjadi tugas dan tanggungjawab pemerintah untuk menyediakannya secara profesional, akuntabel dan optimal. Pelayanan yang optimal adalah harapan semua masyarakat agar tercipta kualitas pelayanan yang lebih baik.

³⁷Ibid, h. 22.

3. Konsep Dasar Tentang Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses pengindraan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Melalui persepsilah, manusia memandang dunianya. Apakah dunia terlihat “berwarna” cerah, pucat atau hitam semuanya adalah persepsi manusia. Persepsi merupakan sebuah proses yang aktif dari manusia dalam memilah, mengelompokkan, serta memberikan makna pada informasi yang diterimanya.³⁸

Menurut Drever dalam Susanti mengartikan persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera. Sementara menurut Desiderato mengatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan dan menafsirkan pesan.³⁹

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu tanggapan dari pengamatan, atau pengalaman dari terjadinya sesuatu yang diterima oleh panca indera dan kemudian disimpulkan melalui pesan atau kemudian ditafsirkan menurut kemampuan daya pikirnya sendiri.

³⁸ Kaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2010, h. 67.

³⁹ Fazlurrahman, “persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang Pembantu Sampit” <http://digilib.Jain-palangkaraya.ac.id/74/3/Bab%202,%20Tinjauan%20Puastaka%20%28Fazlur%29.pdf>. di akses pada 27 April 2018.

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman.⁴⁰ Mengingat bahwa masing-masing orang memberi artinya sendiri terhadap stimuli maka dapat dikatakan bahwa individu-individu yang berbeda, “melihat” hal yang sama dengan cara-cara yang berbeda.

Menurut Davis Krech cs, peta kognitif seorang individu, bukanlah sebuah pencerminan fotografis dari dunia, tetapi ia lebih merupakan sebuah konstruksi pribadi, dimana objek-objek tertentu yang diseleksi oleh individu tersebut untuk peranan penting tertentu, dipersepsi olehnya dengan cara individual. Maka oleh karenanya setiap pihak yang menerima persepsi hingga tingkat tertentu dapat kita analogikan dengan seorang pelukis, yang melukiskan sebuah gambar tentang dunia yang mengekspresikan pandangan individualnya tentang kenyataan.⁴¹

Aspek sosial dalam persepsi memainkan peranan yang amat penting dalam perilaku organisasi. Persepsi sosial adalah hubungan secara langsung dengan bagaimana seorang individu melihat dan memahami orang lain. Karyawan-karyawan suatu departemen secara langsung akan terlibat dalam proses persepsi ini dalam hal mereka mengenal, melihat, memahami dan menilai satu sama lainnya. Pimpinan akan melihat dan menilai staffnya. Staff melihat dan menilai atasannya, pengawas menilai yang diawasi, sebaliknya, yang diawasi menilai pula

⁴⁰ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007, h. 141.

⁴¹ J. Winardi, *Manajemen Prilaku Organisasi*, Jakarta: Kencana, 2004, h. 204.

pengawasnya. Proses menilai atau melihat diri orang lain seperti itu dinamakan persepsi sosial. Proses persepsi sosial ini hanya akan melibatkan orang yang melihat atau menilai (*perceiver*) dan orang yang dilihat atau dinilai (*perceived*).

Karakteristik orang-orang yang menilai (*perceiver*) dapat dikemukakan antara lain:

- 1) Mengetahui diri sendiri itu akan memudahkan melihat orang lain secara tepat.
- 2) Karakteristik diri sendiri seperti bisa mempengaruhi ketika melihat karakteristik orang lain.
- 3) Aspek-aspek yang menyenangkan dari orang lain seperti mampu dilihat oleh orang-orang yang merasa dirinya berlebihan.
- 4) Ketepatan menilai orang lain itu tidaklah merupakan kecakapan tunggal.⁴²

Empat karakteristik ini mempunyai peranan yang besar bagi seseorang dalam melihat orang lain pada situasi lingkungan tertentu. Persepsi seseorang terhadap orang lain tidak bisa dilepaskan dari empat karakteristik ini, sehingga dengan demikian dapat dipahami mengapa seseorang ketika melihat orang lain ukurannya selalu dipulangkan pada dirinya sendiri.

Adapun karakteristik dari orang-orang yang dilihat atau dinilai dalam proses persepsi sosial itu antara lain:

⁴²Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, .h.161.

- 1) Status orang yang dinilai akan mempunyai pengaruh yang besar bagi persepsi orang yang menilai.
- 2) Orang yang dinilai biasanya ditempatkan dalam kategori-kategori tertentu. Hal ini memudahkan pandangan-pandangan orang yang menilai. Biasanya kategori tersebut terdiri dari kategori status dan peranan.
- 3) Sifat perangai orang-orang yang dinilai akan memberikan pengaruh yang besar terhadap persepsi orang lain pada dirinya.

Demikianlah beberapa karakteristik dalam proses persepsi sosial antara orang yang mempersepsi dan orang yang dipersepsi. Orang-orang dalam suatu organisasi tertentu, karyawan dan suatu departemen, atau antara dosen dan mahasiswa dalam rangka proses persepsi di antara mereka itu akan selalu dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik tersebut.

b. Syarat Terjadinya Persepsi

Adapun syarat terjadinya persepsi yaitu

- 1) Karakteristik dari stimuli seperti penglihatan, suara, bau, dan rasa.
- 2) Hubungan stimuli dengan sekelilingnya,
- 3) Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri.⁴³

c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Kenyataannya orang-orang dapat melihat pada sesuatu yang sama, namun merasakan berbagai hal yang berbeda. Ada beberapa faktor yang membentuk dan kadang-kadang mendistorsi persepsi. Faktor

⁴³Ibid, h.161-179.

tersebut adalah *perceiver* (orang yang memberikan persepsi), target (orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi, dan situasi (keadaan pada saat persepsi dilakukan).

d. Proses Persepsi

Persepsi terjadi melalui suatu proses, dimulai ketika dorongan diterima melalui penglihatan kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai pada beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya.⁴⁴ Proses persepsi mencakup tiga bagian yaitu seleksi perseptual, organisasi, dan interpretasi perseptual.

1) Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis yang dimiliki. Set psikologis adalah berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen. Oleh karena itu, dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi adalah perhatian dan persepsi selektif.

2) Organisasi Perseptual

Organisasi perseptual berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.

Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa

⁴⁴ Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014, h. 65-67.

sebagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Prinsip-prinsip penting dalam integrasi persepsi adalah penutupan, pengelompokkan dan konteks.

3) Interpretasi Perseptual

Proses terakhir dari persepsi adalah pemberian interpretasi atas stimuli yang diterima konsumen. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pada masa lalu, yang tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen.⁴⁵

4. Asuransi

a. Pengertian Asuransi

Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992, Pasal 2 tentang usaha perasuransian adalah usaha asuransi merupakan jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena sesuatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.⁴⁶ Adapun pengertian asuransi menurut beberapa pakar ilmu, diantaranya :

Definisi asuransi menurut Prof. Mehr dan Cammack :

Asuransi merupakan suatu alat untuk mengurangi resiko keuangan, dengan cara pengumpulan unit-unit exposure dalam jumlah yang memadai, untuk membuat agar kerugian individu dapat

⁴⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013, h. 69-71.

⁴⁶ Undang-undang Nomor 2 Tahun 1992, Pasal 2 tentang usaha perasuransian.

diperkirakan. Kemudian kerugian yang dapat diramalkan itu dipikul merata oleh mereka yang tergabung.

Definisi asuransi menurut Prof. Mark R. Green:

Asuransi adalah suatu lembaga ekonomi yang bertujuan mengurangi risiko, dengan jalan mengkombinasikan dalam suatu pengelolaan sejumlah obyek yang cukup besar jumlahnya, sehingga kerugian tersebut secara menyeluruh dapat diramalkan dalam batas-batas tertentu.

Definisi asuransi menurut C.Arthur William Jr dan Richard M. Heins, yang mendefinisikan asuransi berdasarkan dua sudut pandang, yaitu:

Asuransi adalah suatu pengaman terhadap kerugian finansial yang dilakukan oleh seorang penanggung dan asuransi adalah suatu persetujuan dengan mana dua atau lebih orang atau badan mengumpulkan dana untuk menanggulangi kerugian finansial.⁴⁷

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa asuransi adalah pertanggungan atau perjanjian antara dua belah pihak, dimana pihak yang satu berkewajiban membayar premi asuransi dan pihak yang lainnya berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar premi asuransi tersebut apabila terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama atau barang miliknya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Menurut dunia asuransi ada 6 macam prinsip dasar asuransi yang harus dipenuhi yaitu :⁴⁸

a) *Insurable Interest* (pemohon atau orang yang akan menerima manfaat polis)

⁴⁷Ibid, h. 45.

⁴⁸ Ibid, h. 80-83.

Prinsip ini menyatakan bahwa pihak-pihak yang ingin mengasuransikan (tertanggung) harus mempunyai hubungan keuangan dengan objek yang dipertanggung, sehingga pada tertanggung timbul hak atau kepentingan atas objek yang dipertanggung sehingga sehubungan keuangan antara tertanggung dengan objek pertanggung menjadi sah menurut hukum yang berlaku.

b) *Utmost Good Faith* (kejujuran sempurna)

Prinsip ini menyatakan bahwa tertanggung yang ingin mengasuransikan objek pertanggung harus mempunyai itikad yang sangat baik dalam berasuransi. Dan sebaliknya penanggung berkewajiban memberitahukan dengan teliti dan jelas mengenai segala fakta penting yang berkaitan dengan objek yang diasuransikan.

c) *Proximate Cause* (Kausa Proksimal)

Prinsip ini mengatakan bahwa dalam hal terjadinya suatu kerugian, maka penyebab dari kerugian tersebut haruslah merupakan suatu penyebab yang tidak terputus atau tidak di *intervensi* oleh penyebab lain. Dengan kata lain prinsip ini menekankan bahwa harus ada satu penyebab dominan yang efektif dalam menimbulkan suatu kerugian.⁴⁹

⁴⁹ M. AminSuma, *Asuransi Syariah dan asuransi konvensional*, Jakarta; Kholam Publishing, 2006, h. 43.

d) *Indemnity* (ganti rugi)

Mengandung pengertian bahwa dalam hal terjadi kerugian yang dijamin polis, maka penanggung berkewajiban mengembalikan posisi keuangan tertanggung seperti sesaat sebelum terjadinya kerugian. Prinsip ini menganut asas keseimbangan dalam asuransi.

e) *Subrogation* (pengalihan kreditur kepada pihak lain yang telah melakukan pembayaran atas utang debitur sehingga pihak lain tersebut menggantikan kedudukan sebagai kreditur)

Diatur dalam Pasal 284 kitab Undang-Undang Hukum Dagang, yang berbunyi: “Apabila seorang penanggung telah membayar ganti rugi sepenuhnya kepada tertanggung, maka penanggung akan mengganti kedudukan tertanggung dalam segala hal untuk menuntut pihak ketiga yang telah menimbulkan kerugian pada tertanggung”.

f) *Contribution* (kontribusi)

Mengandung pengertian bahwa bila terjadi pertanggungan rangkap, yaitu tertanggung memiliki lebih dari satu polis atas objek pertanggungan yang sama, maka dalam hal terjadinya kerugian, tertanggung tidak boleh menerima ganti rugi melebihi jumlah kerugian yang dialaminya.⁵⁰

⁵⁰ Ibid, h. 44

b. Jenis-Jenis Asuransi

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Usaha Perasuransian disebutkan bahwa jenis usaha perasuransian dan usaha penunjang usaha asuransi terdiri dari;

Jenis usaha perasuransian meliputi:

- 1) Usaha asuransi kerugian yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko atau kerugian, kehilangan manfaat, dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga, yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.
- 2) Usaha asuransi jiwa yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.⁵¹

Usaha penunjang usaha asuransi meliputi:

- 1) Usaha pialang asuransi yang memberikan jasa keperantauan dalam penutupan asuransi dan penanganan penyelesaian ganti rugi asuransi dengan bertindak untuk kepentingan tertanggung.
- 2) Usaha pialang asuransi yang memberikan jasa keperantaraan dalam menempatkan reasuransi dan penanganan penyelesaian ganti rugi reasuransi dengan bertindak untuk kepentingan perusahaan asuransi.
- 3) Usaha penilaian kerugian asuransi yang memberikan jasa penilaian terhadap kerugian pada objek asuransi yang dipertanggungjawabkan.
- 4) Usaha konsultan aktuaria yang memberikan jasa konsultasi aktuaria.

⁵¹ Ibid, h. 45

- 5) Usaha agen asuransi yang memberikan jasa keperantaraan dalam rangka pemasaran jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung.

c. Dasar Hukum Asuransi

Menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 yang dimaksud asuransi adalah:

Asuransi adalah perjanjian antara dua belah pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk: memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat besarnya telah ditetapkan dan didasarkan pada hasil pengelolaan dana.⁵²

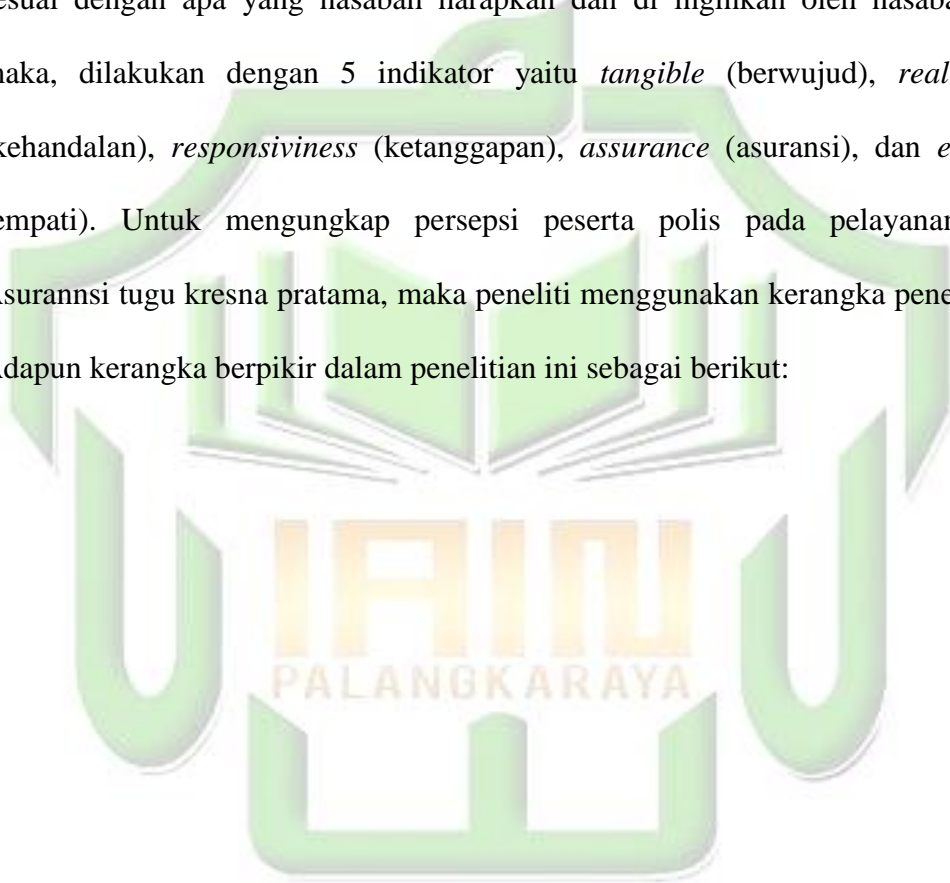
Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 ini mengatur secara detail hal-hal yang berkaitan tentang asuransi, salah satunya bentuk badan hukum dalam asuransi, yang dijelaskan dalam Undang-undang tersebut. Dijelaskan bahwa bentuk badan hukum penyelenggara usaha perasuransian adalah perseroan terbatas, koperasi, atau usaha bersama yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan. Hal ini menjadi acuan bagi setiap asuransi dalam menentukan badan hukum perusahaan asuransi yang akan dikelolanya.⁵³

⁵² Elsa Finda Rahmastuti, Status Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Yogyakarta, 2017, h. 1-2.

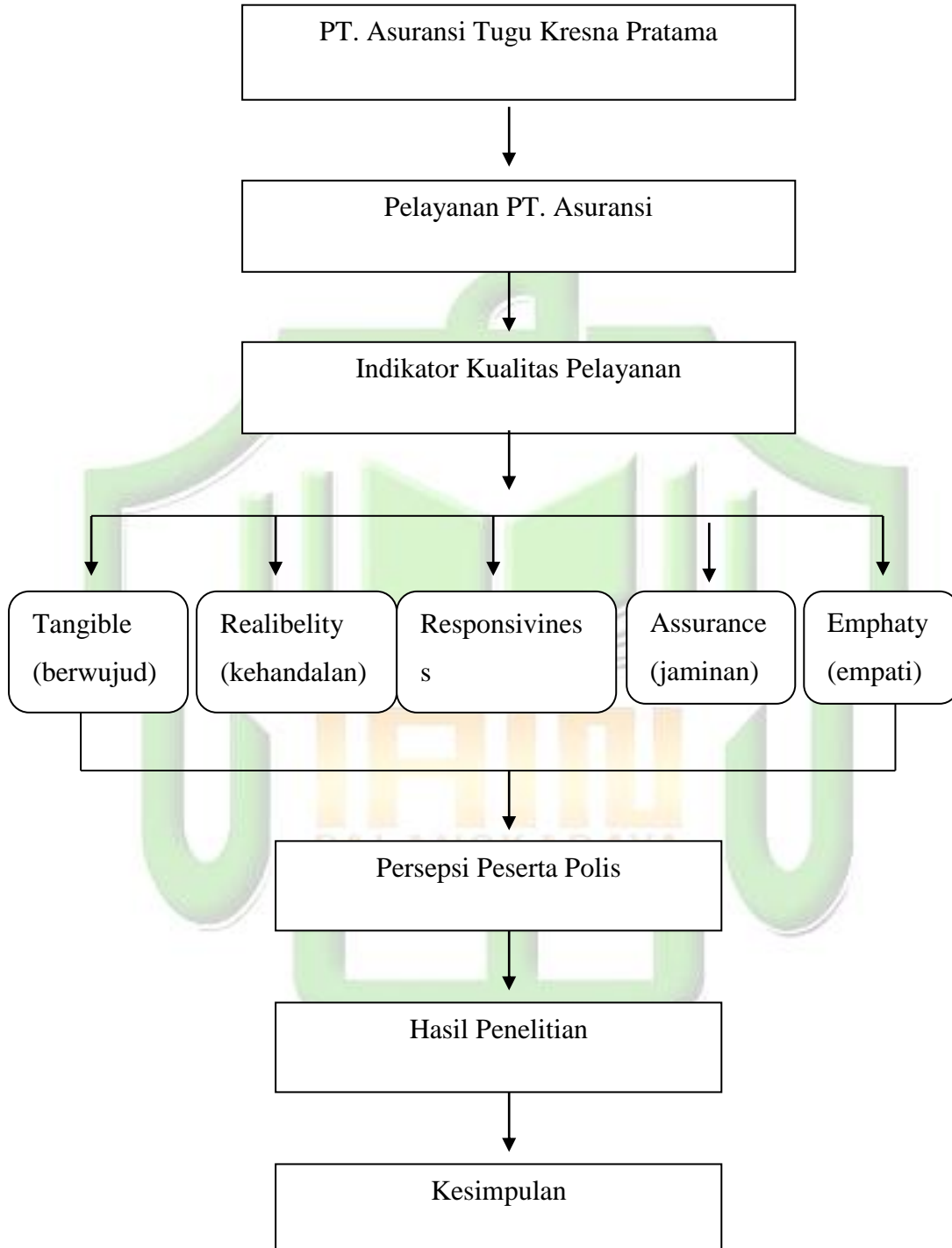
⁵³ Ibid, h. 2

C. Kerangka Berpikir

Perusahaan jasa asuransi dapat berperan penting dalam perekonomian masyarakat sebagian, salah satunya perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama diharapkan juga dapat bersaing untuk memberikan layanan asuransi kepada segmen pasar bebas lainnya. Agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang nasabah harapkan dan di inginkan oleh nasabahnya, maka, dilakukan dengan 5 indikator yaitu *tangible* (berwujud), *realibility* (kehandalan), *responsiviness* (ketanggapan), *assurance* (asuransi), dan *empaty* (empati). Untuk mengungkap persepsi peserta polis pada pelayanan PT. Asuransi tugu kresna pratama, maka peneliti menggunakan kerangka penelitian. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Bagan 2.1 kerangka berpikir



Sumber: di buat oleh peneliti tahun 2019

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang akan di perlukan bagi penulis dalam pengumpulan data penelitian adalah selama 2 bulan terhitung dari 6 Maret sampai dengan 6 Mei 2019 hal itu sesuai dengan persetujuan yang peneliti ajukan kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Waktu selama dua bulan tersebut untuk mencari, dan menganalisis serta mengumpulkan data-data yang berupa informasi dari pihak-pihak yang terkait, sehingga diharapkan data-data tersebut valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

2. Tempat Penelitian

Adapun penelitian yang berjudul “Persepsi Peserta Polis pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya” dilaksanakan di Kota Palangka Raya Jl. G.Obos induk Nomor 348.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran manusia secara individu maupun kelompok. Penelitian kualitatif bersifat induktif. Artinya, peneliti membiarkan

permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang bertujuan mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.⁵⁴ Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan sebuah deskripsi yang mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan fenomena yang terjadi.⁵⁵

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hal tersebut dimaksudkan agar peneliti dapat lebih mengetahui dan mendeskripsikan keadaan sebenarnya di lapangan atau tempat penelitian, agar hasil penelitian tersebut benar-benar hasil yang sesungguhnya tentang bagaimana persepsi peserta polis pada pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Menjelaskan tentang subjek penelitian dapat berupa manusia atau segala sesuatu yang menjadi urusan manusia. Subjek penelitian ini dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu sumber informasi dan informan. Sumber informasi adalah orang yang menjadi kasus atau yang menceritakan tentang keadaan dirinya sendiri atau yang memberikan data utama tentang dirinya sendiri. Selain itu, informan adalah orang yang

⁵⁴M. Djunaedi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, h. 13-14.

⁵⁵Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999, h. 63.

memberikan informasi atau data tentang sumber informasi atau dapat juga dikatakan bahwa informasi yang menyangkut data penelitian.⁵⁶

Mengemukakan bahwa informan merupakan orang dalam pada latar penelitian. Menegaskan bahwa informan itu adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁵⁷ Nasution menyatakan bahwa, definisi objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁸

Adapun yang menjadi objek penelitian penulis disini adalah PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dan yang menjadi subjek penelitian yaitu peserta polis dan karyawan pada PT. Asuransi Tugu Kresana Pratama kota Palangka Raya. Dalam menentukan subjek penelitian maka digunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria subjek yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah

1. Peserta polis yang mengasuransikan perusahaannya bertempat di kecamatan jekan raya saja
2. Beragama Islam
3. Lulusan S1

⁵⁶ Ahmadi, *Memahami metodologi Penelitian Kualitatif*, Malang: Universitas Negeri Malang, 2005, h. 78.

⁵⁷ Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002, h.150.

⁵⁸ S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bima Aksara, 1996, h. 98.

4. Bersedia diwawancarai.

Menurut kriteria diatas, maka penulis mengambil subjek penelitian yaitu Manager PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama, 4 karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama, dan ada 10 nasabah yang terdaftar di kecamatan Jekan Raya, tetapi yang memenuhi kriteria dan yang bersedia untuk di wawancarai hanya ada 6 orang saja.

D. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui Studi Lapangan (*Field Research*) dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara:

1. Teknik Observasi

Teknik observasi adalah teknik yang digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁵⁹ Menurut Subagyo, observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara gejala, sistematis mengenai

⁵⁹H. Rahmat, *Statistika Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 109.

fenomena sosial dengan gejala-gejala psikologis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁶⁰

Data yang ingin diperoleh untuk mengetahui bagaimana pelayanan para karyawan di Asuransi Tugu Kresna tersebut melalui observasi antara lain: a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan. b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan. c. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan. d. Petugas melayani dengan sikap ramah dan sopan santun.

2. Teknik Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab langsung dan bertatap muka kepada responden dan subjek yang akan menjadi bahan untuk pengumpulan data-data. Yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telepon. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan

⁶⁰ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004, h. 63.

instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif yang jawabannya telah disiapkan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.⁶¹

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada karyawan di perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dan kepada Peserta Polis PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama. Data yang ingin digali melalui wawancara adalah mengenai pelayanan yang dilakukan di asuransi Tugu Kresna Pratama dan juga tentang persepsi peserta polis mengenai PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

3. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, rapat agenda, dan sebagainya untuk mendapatkan informasi⁶². Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data dari pelayanan para karyawan beserta tanya jawab dengan para peserta polis dan lain halnya yang dianggap penting bagi penulis.

⁶¹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: ALFABETA, 2012, h.194-197.

⁶²Sulistyowati Irianto, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Cek. Ke-2, 2011, h. 143.

Melalui teknik ini penulis berupaya untuk mencari data dari hasil sumber tertulis, misalnya data peserta, kartu anggota peserta polis, brosur dan lainnya yang bisa di jadikan dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

E. Pengabsahan Data

Validitas data dari sebuah penelitian sangat penting artinya karena merupakan langkah awal kebenaran dari analisis data. Hal ini berlaku pada setiap penelitian, baik penelitian kualitatif maupun kuantitatif, walaupun dengan nama yang berbeda.⁶³

Pengabsahan data sangat diperlukan agar dapat menjamin bahwa semua hasil pengamatan atau observasi, wawancara, dan dokumentasi memang benar dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lokasi penelitian. Oleh karena itu, keabsahan data dalam penelitian ini dapat menjamin bahwa dalam mendeskripsikan mengenai persepsi peserta polis pada pelayanan PT. Asuransi tugu kresna pratama memerlukan jawaban yang jelas dari para responden, yakni para peserta polis dan tidak diragukan lagi keabsahan, bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna.

Untuk menentukan keabsahan hasil penelitian digunakan tolak ukur, Sugiyono menyatakan pengujian keabsahan data metode penelitian kualitatif,

⁶³ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, h.117.

yaitu Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.⁶⁴ Dalam penelitian ini teknik triangulasi sumber penulis pergunakan karena penulis mempergunakan 3 (tiga) sumber data, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi..

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian kualitatif memandang data sebagai produk dari proses memberikan interpretasi peneliti yang di dalamnya sudah terkandung makna yang mempunyai referensi pada nilai. Dengan demikian, data yang dihasilkan dan kontruksi interaksi antara peneliti dengan sumber informasi dan orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi. Kegiatan analisis dalam penelitian kualitatif hanya merupakan rekonstruksi dari kontruksi sebelumnya.⁶⁵

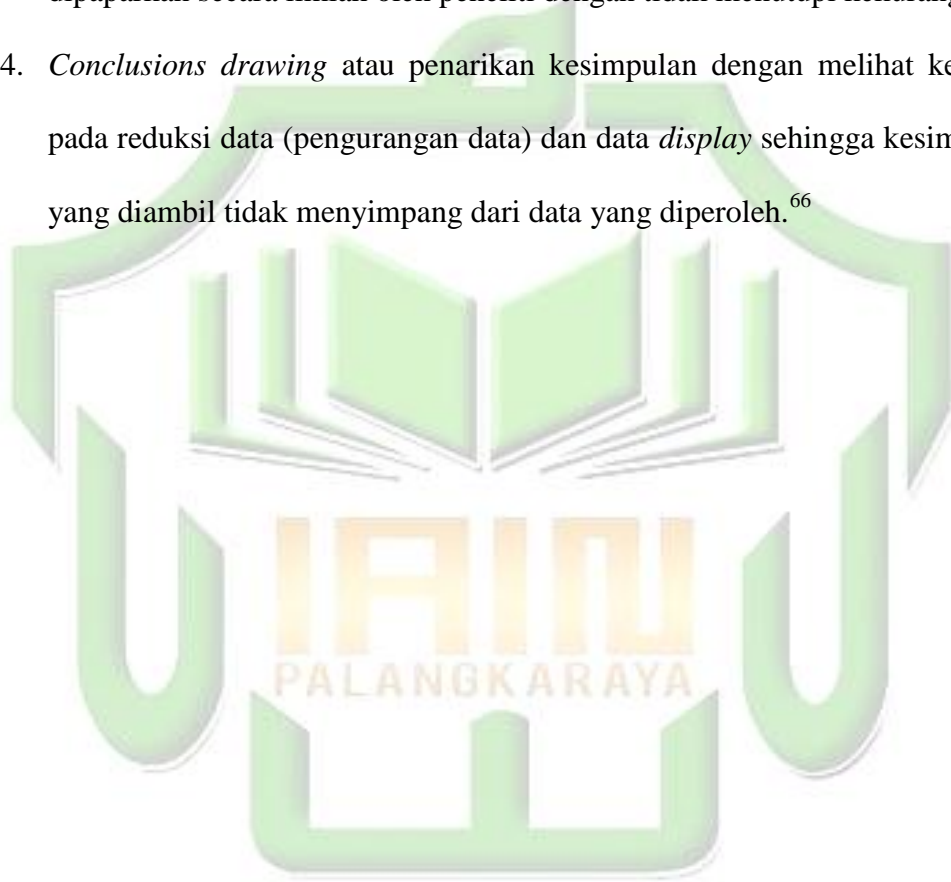
Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya Analisis Data Penelitian Kualitatif, yakni:

1. Data *collection*, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilihan.

⁶⁴Ibid, h. 125.

⁶⁵ Ibid., h.125.

2. Data *reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilih-milihnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tentu.
3. Data *display* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁶⁶



⁶⁶ Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003, h. 69-70.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kota Palangka Raya

a. Sejarah Singkat Pembentukan Kota Palangka Raya

Sejarah pembentukan Pemerintahan Kota Palangka Raya adalah bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-undang Pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Kalimantan Tengah.⁶⁷

Berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.⁶⁸

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30`-114°07` Bujur Timur dan 1°35`- 2°24` Lintang Selatan, dengan luas

⁶⁷Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang Kota Palangka Raya Tahun 2006*, Palangka Raya: t.p, 2006, h.9.

⁶⁸Ibid.

wilayah 2.678,51 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah atar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan;

Sebelah Utara	: dengan Kabupaten Gunung Mas
Sebelah Timur	: dengan Kabupaten Pulang Pisau
Sebelah Selatan	: dengan Kabupaten Pulang Pisau
Sebelah Barat	: dengan Kabupaten Katingan ⁶⁹

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah 2.678,51 Km² (267.851 Ha) dibagi kedalam 5 Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sebagau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit dengan luas masing-masing 117,25 Km², 583,50Km², 352,62Km², 572,00 Km² dan 1.053,14Km². Luas wilayah sebesar 2.678,51 Km² dapat dirinci sebagai berikut:⁷⁰

1. Kawasan Hutan	: 2.485,75 Km ²
2. Tanah Pertanian	: 12,65 Km ²
3. Perkampungan	: 45,54 Km ²
4. Areal Perkebunan	: 22,30 Km ²
5. Sungai dan Danau	: 42,86 Km ²
6. Lain-Lain	: 69,41 Km ²

⁶⁹Ibid, h.26.

⁷⁰Badan Perencana Pembangunan Daerah Kota Palangka Raya dan Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya Dalam Angka (Palangka Raya City In Figures 2017)*, Palangka Raya: Grahamedia Design, 2007, h. 1.

Perubahan, peningkatan, dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Palangka Raya dengan membentuk 3 (tiga) Kecamatan, yaitu:⁷¹

- 1) Kecamatan Palangka di Pahandut.
- 2) Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling.
- 3) Kecamatan Petuk Katimpun di Marang Ngandurung Langit.

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut.
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya

Sehingga Kotapraja Administratif Palangka Raya telah mempunyai 4 (empat) kecamatan dan 17 (tujuh belas) kampung, yang berarti ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan untuk menjadi satu Kotapraja yang otonom sudah dapat dipenuhi serta dengan disyiahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1965, Lembaran Negara Nomor 48 tahun 1965 tanggal 12 Juni 1965 yang menetapkan Kotapraja Administratif Palangka Raya, maka terbentuklah Kotapraja Palangka Raya yang Otonom.⁷²

Peresmian Kotapraja Palangka Raya menjadi Kotapraja yang Otonom dihadiri oleh Ketua Komisi B DPR-GR, Bapak L.S. Handoko

⁷¹Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang*, h.11.

⁷²Ibid, h.12.

Widjoyo, para anggota DPR-GR, Pejabat-pejabat Departemen Dalam Negeri, Deputi antar Daerah Kalimantan Brigadir Jendral TNI M. Panggabean, Deyahdak II Kalimantan, utusan-utusan Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dan beberapa pejabat tinggi Kalimantan Lainnya. Upacara peresmian berlangsung di Lapangan Bukit Ngalangkang halaman Balai Kota dan sebagai catatan sejarah yang tidak dapat dilupakan sebelum upacara peresmian dilangsungkan pada pukul 08.00 pagi, diadakan demonstrasi penerjunan payung dengan membawa lambang Kotapraja Palangka Raya.⁷³

Didalam Surat Keputusan pada tanggal 24 April 1961 No. 3/Pem. 170_C-2-3, tentang pembentukan Kantor Kotapraja Administratif Palangka Raya, yang seterusnya dalam proses bebrbentuk Kotamadya Palangka Raya (1975). Dalam penyelenggaraan pemerintahan Tingkat Provinsi dan Kotapraja Palangka Raya pada waktu itu dirasakan adanya kekurangan pegawai, terutama pada formasi pegawai tingkat I yang perlu didatangkan dari pusat. Satu-satunya jalan adalah mengangkat pegawai harian untuk kelancaran pelayanan kepada masyarakat. Kota Palangka

⁷³Muhammad Aldio, *Sejarah Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah (1950 - 1972)*, <http://coretcoretdoang.blogspot.co.id/2015/10/sejarah-kota-palangka-raya-kalimantan.html> di akses pada tanggal 15 Mei 2019.

Raya termasuk daerah yang pendapatannya kecil karena hanya mengandalkan usaha dari kota Palangka Raya.⁷⁴

b. Visi dan Misi Kota Palangka Raya

Visi dan misi Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut⁷⁵:

Visi kota Palangka Raya selama periode 2013-2018, Visi Pembangunan Kota Palangka Raya adalah: “Terwujudnya Kota Palangka Raya sebagai Kota Pendidikan, Jasa dan Pariwisata yang Berwawasan Lingkungan berdasarkan Falsafah Budaya Betang”

Sedangkan misi kota Palangka Raya adalah:

- 1) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai kota pendidikan dan pusat pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.
- 2) Mewujudkan Kota Palangka Raya sebagai kota jasa dan destinasi wisata menuju kemandirian ekonomi masyarakat.
- 3) Mewujudkan pemerataan sarana dan prasarana publik yang berkualitas berdasarkan tata kelola sumber daya alam yang berkelanjutan.
- 4) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih (*good and clean governance*).
- 5) Mewujudkan masyarakat yang berbudaya, harmonis, dinamis dan damai berdasarkan filosofi huma betang.⁷⁶

⁷⁴Ibid.

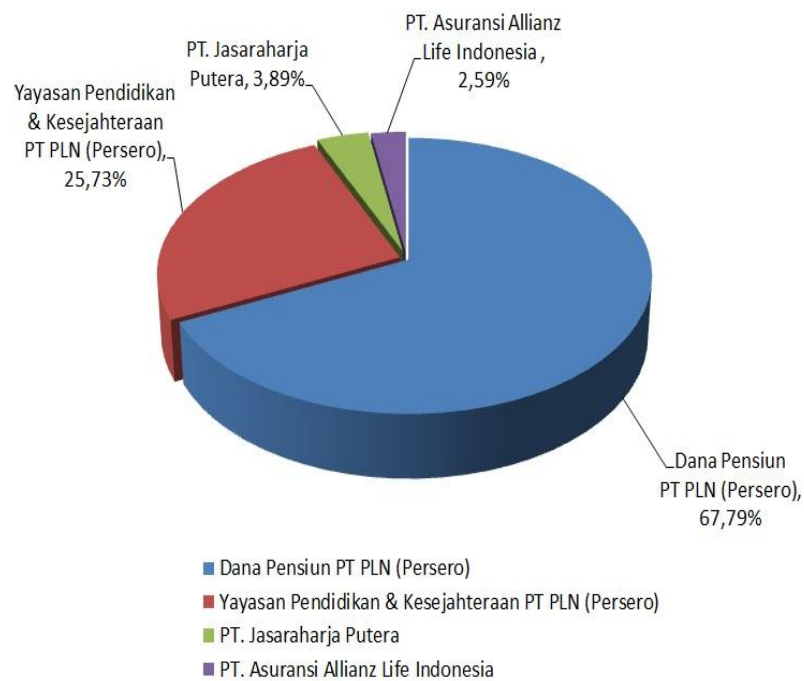
⁷⁵Pemerintah Kota Palangka Raya, *Selayang Pandang*, h. 22.

⁷⁶Ibid, h. 23.

2. Profil Perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama

a. Sejarah Singkat Perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama

PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama didirikan pada tahun 1991 semula bernama PT. Asuransi Ratu Sampoerna dan pada tahun 1994 terjadi perubahan nama perusahaan menjadi PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama. Sesuai dengan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada 10 Oktober 2017, struktur kepemilikan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mengalami perubahan, dimana saham pengendali (mayoritas) adalah Group PT PLN (Persero) dengan komposisi :⁷⁷



⁷⁷ <http://www.TuguKresna.com>. Diakses pada 28 April 2019.

Perubahan ini diikuti pula perubahan nilai-nilai komitmen PT Asuransi Tugu Kresna Pratama untuk menggapai visi dan misinya dimana PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama diutamakan dapat memberikan proteksi (asuransi) atas aset dan kepentingan PT PLN demi terjaganya kesinambungan tersedianya tenaga listrik, namun demikian dengan tuntutan dunia usaha yang kompetitif dan dinamis, maka PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama diharapkan juga dapat bersaing untuk memberikan layanan asuransi kepada segmen pasar bebas lainnya.

b. Nilai-nilai

Kepercayaan, Integritas, Profesional, Pemberdayaan, Pelayanan Prima, Tata Kelola Perusahaan yang sehat.⁷⁸

c. Visi

Menjadi sebagai Perusahaan Asuransi yang unggul dan terpercaya dengan memberdayakan sumber daya agar memberikan nilai tambah yang berkelanjutan kepada *stakeholders*.

d. Misi

Memberikan proteksi Asuransi yang komprehensif atas aset dan kepentingan tertanggung berdasarkan semangat kemitraan handal demi

⁷⁸ Ibid.

kemajuan bersama.⁷⁹

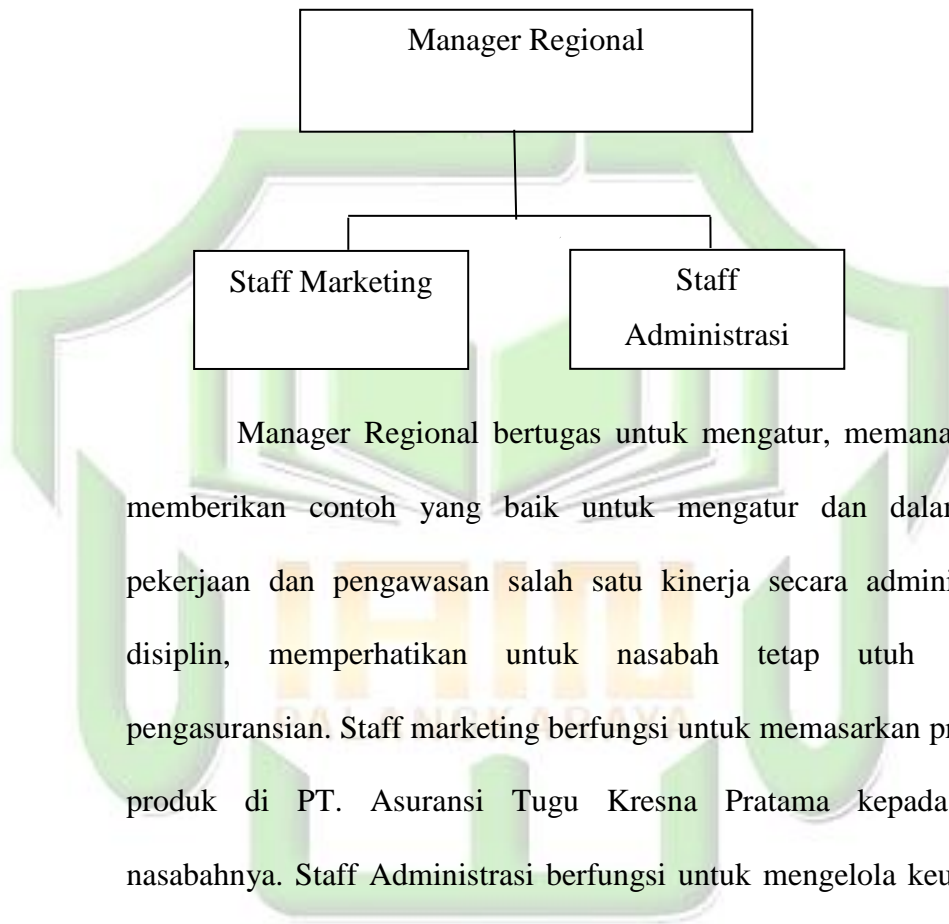
e. Kompetensi Utama

PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama terus membuat kemajuan yang mantap dalam perkembangannya sebagai perusahaan asuransi nasional, mendapatkan premi yang berasal dari hasil secara konsisten mempertahankan praktik bisnis yang sehat di perusahaan ditujukan pada kelangsungan usaha, efisiensi dan memanfaatkan sumber daya manusianya secara maksimal serta membawa keluar etika bisnis yang baik untuk kepentingan jangka panjang perusahaan. PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama menyusun strategi yang didasarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang tertanggung dan kebutuhan asuransi mereka. Dengan memperbaharui nilai-nilai dan komitmen PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama berupaya untuk melakukan lompatan besar untuk mencapai visi dan misinya. Langkah pertama diambil terakhir tahun 2008 dengan restrukturisasi kepemilikan perusahaan dan mengubah Dewan Direksi. Lebih lanjut tindakan strategis juga telah diambil untuk mereformasi perusahaan dalam mencapai visi dan misinya. PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama sekarang diakui sebagai pemimpin pasar dalam memberikan pelayanan asuransi untuk sektor listrik dan pembangkit listrik di Indonesia. Kami datang untuk mengakui bahwa kemampuan

⁷⁹ Ibid.

kita untuk menyediakan layanan asuransi terbaik untuk sektor listrik dan pembangkit listrik telah menjadi kompetensi kami.

f. Struktur Organisasi



Manager Regional bertugas untuk mengatur, memanajemen memberikan contoh yang baik untuk mengatur dan dalam hal pekerjaan dan pengawasan salah satu kinerja secara administrasi, disiplin, memperhatikan untuk nasabah tetap utuh dalam pengasuransian. Staff marketing berfungsi untuk memasarkan produk-produk di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada para nasabahnya. Staff Administrasi berfungsi untuk mengelola keuangan dan kegiatan semua administrasi yang ada di perusahaan.⁸⁰

⁸⁰ Ibid.

B. Penyajian Data Persepsi Peserta Polis pada Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya

Sebelum memaparkan penelitian ini, terlebih dahulu peneliti memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian, dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) kemudian setelah mendapatkan surat tembusan tersebut selanjutnya peneliti langsung terjun kelapangan melakukan penggalian data. Sebelum mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai bagaimana pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dan bagaimana Persepsi Peserta Polis terhadap Pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya.

1. Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis di Kota Palangka Raya.

Berikut adalah data diri sekaligus hasil wawancara kepada karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

a. Apakah para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama disiplin dalam melakukan pelayanan?

Karyawan 1

Nama : WS

Alamat : Jl. C. Bangas Nomor 01

Jabatan: Staff Marketing

Lama bekerja : 1 Tahun 2 Bulan

Tanggapan beliau tentang kedisiplinan sebagai berikut:

Ya, disiplin dalam melakukan pelayanan kepada nasabah karena pada dasarnya sistem pelayanan yang kami berikan kepada nasabah bersifat langsung seperti tatap muka, serta bisa melalui *Whatsapp*/Telepon dan Email yang membuat asuransinya khususnya *Surety Bond*.⁸¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 1 bahwa mereka dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama itu harus disiplin karena mereka memberikan pelayanannya secara langsung seperti tatap muka, dan bisa juga melalui *Whatsapp*/Telepon dan Email yang membuat asuransinya khususnya *Surety Bond*.

Karyawan 2

Nama : YM

Alamat : Jl. Temenggung Menteng 13

Jabatan: Staff Administrasi

Lama bekerja : 1 Tahun 2 Bulan

Adapun pernyataan tentang karyawan 2 tentang kedisiplinan dalam melakukan pelayanan sebagai berikut: “Iya disiplin, karena

⁸¹ Wawancara dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 13 Maret 2019.

memang sudah seharusnya kami disiplin karena pekerjaan dalam bidang jasa itu harus disiplin dalam pelayanannya”.⁸²

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan YM selaku karyawan 2 bahwa dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama itu memang harus disiplin karena pekerjaan yang mereka lakukan itu dalam bidang jasa maka dari itu harus disiplin dalam pelayanannya.

Karyawan 3

Nama : YD

Alamat : Jl. G.Obos VIII. Gang Bakung 2 Nomor 81

Jabatan: Karyawan

Lama bekerja : 1 Tahun 2 Bulan

Adapun pernyataan tentang karyawan 3 tentang kedisiplinan dalam melakukan pelayanan sebagai berikut: ”Iya, karena kedisiplinan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah sangat berpengaruh penting bagi kami”.⁸³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan YD selaku karyawan 3 bahwa dalam melakukan pelayanan di

⁸² Wawancara dengan YM selaku karyawan 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

⁸³ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama itu disiplin karena melakukan pelayanan yang terbaik sangat berpengaruh penting bagi perusahaan.

Karyawan 4

Nama : PA

Alamat : Jl. G.Obos VIII. Gang Bakung 3 Nomor 99

Jabatan: Karyawan

Lama bekerja : 7 Bulan

Adapun pernyataan tentang karyawan 4 tentang kedisiplinan dalam melakukan pelayanan sebagai berikut:

Iya disiplin, karena kedisiplinan bukti bahwa kami telah melakukan pelayanan dengan baik, datang ke kantor tepat waktu agar kalau ada nasabah kami langsung melayani dengan baik dan mengerjakan pekerjaan kami sesuai dengan aturan.⁸⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Putri Ayu Lestari selaku karyawan 4 bahwa dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama itu disiplin karena kedisiplinan tersebut merupakan bukti bahwa mereka melakukan pelayanan dengan baik, disiplin waktu dan juga mereka melakukan pekerjaan sesuai dengan aturan.

Karyawan 5

Nama : HD

⁸⁴ Wawancara dengan PA selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

Alamat : Jl. G.Obos VIII. Gang Bakung 3

Jabatan: Manager Regional

Adapun pernyataan tentang karyawan 5 tentang kedisiplinan dalam melakukan pelayanan sebagai berikut:

Jadi, disiplin itu dimanapun kita bekerja disiplin itu paling utama artinya sesuai pekerjaan kamu harus disiplin kebetulan karyawan kita disini ya salah satu yang diwajibkan jadi karyawan disini semua disiplin. Artinya disiplin disitu pimpinan juga harus memberikan contoh yang baik, kadang-kadangan ada pimpinan tidak memberikan contoh yang baik pula kepada karyawan sementara kita memberikan peraturan harus disiplin ternyata pimpinan sendiri tidak disiplin, itu kan berarti tidak sesuai tidak boleh seperti itu, harus disiplin karena seorang pemimpin harus memberikan contoh yang baik.⁸⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak HD yaitu beliau menerapkan kedisiplinan terlebih dahulu kepada diri beliau barulah menjadi panutan untuk para karyawan, karena menurut beliau seorang pemimpin harus memberikan contoh yang baik kepada para karyawannya.

b. Apakah PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Memiliki standar pelayanan yang jelas?

Selanjutnya penulis menanyakan perihal standar pelayanan kepada karyawan 1 berikut tanggapan beliau:

Setiap perusahaan atau pelayana publik pasti mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP), kalau di kami memang

⁸⁵ Wawancara dengan Bapak HD selaku Manager di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 9 April 2019.

memiliki standar pelayanan yang jelas dalam artian gini setiap nasabah yang ingin mengajukan asuransi itu harus melengkapi data-data, pertama mungkin data diri habis itu data perusahaannya ketiganya untuk pembuatan ya kami minta kelengkapan yang lainnya seperti dokumen-dokumen yang kami perlukan untuk membuat asuransi khususnya *surety bond*. Kalau untuk yang kebakaran itu lebih pada data pribadi atau foto rumah tinggalnya sendiri atau gedung lah. Yang pertama itu, yang kedua kami pasti melaporkan ke Jakarta/ ke pusat untuk pembuatan itu sendiri. Setelah disetujui misalnya misalnya kita membuat surat permohonan nasabah lalu kami ajukan ke pusat setelah di pusat menyetujuinya barulah kami terbitkan jaminan/asuransi.⁸⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 1 tentang standar pelayanan yang jelas bahwa mereka itu bekerja sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) mereka kalau ada nasabah yang ingin mengajukan asuransi mereka harus melakukan sesuai prosedur yang telah ditentukan di perusahaan setelah disetujui oleh pusat barulah mereka menerbitkan asuransi tersebut.

Berikutnya Karyawan 2 memberikan tanggapannya sebagai berikut: “Iya, sistem pelayanan bisa langsung ke tempat nasabahnya dan bisa juga lewat Telepon, *Whatsapp* dan Email”.⁸⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 2 tentang standar pelayanan yang jelas bahwa

⁸⁶ Wawancara dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 13 Maret 2019.

⁸⁷ Wawancara dengan YM selaku karyawan 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

mereka dalam melakukan pelayanan bisa langsung datang ke perusahaan atau melayani Via *Whatsapp*/Telepon dan Email.

Selanjutnya karyawan 3 memberikan tanggapannya tentang standar pelayanan yang jelas adapun pernyataannya adalah sebagai berikut:

Iya, sistem pelayanan bisa langsung ke kantor dan jika nasabah dalam keadaan sibuk pelayanan melalui Via Email, *Whatsapp* dan lain-lain karena yang kami utamakan kenyamanan kepada nasabah.⁸⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 3 tentang standar pelayanan yang jelas bahwa dalam melakukan pelayanan mereka bisa dalam keadaan langsung atau bertatap muka dan jika nasabah tidak bisa langsung datang atau nasabah dalam keadaan sibuk mereka bisa menghubungi melalui Via Email/*Whatsapp* dan lainnya.

Selanjutnya penulis menanyakan kepada Karyawan 4 begini tanggapan beliau:

Iya, PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama menjalankan sistem pelayanan dengan standar pelayanan yang jelas, bukti nyatanya kami melayani nasabah jika tidak sempat ke kantor dapat melayani melalui Via *Whatsapp*/Telepon atau dengan membuat janji terlebih dahulu.⁸⁹

⁸⁸ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

⁸⁹ Wawancara dengan PA selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 4 tentang standar pelayanan yang jelas bahwa dalam melakukan pelayanan mereka melayani Via *Whatsapp*/Telepon jika tidak sempat ke kantor atau dengan membuat janji terlebih dahulu.

Selanjutnya penulis bertanya kepada karyawan 5 berikut tanggapan beliau:

Iya, kebetulan kan seluruh perusahaan asuransi yang ada di Indonesia ini ada ketentuan-ketentuan seluruhnya, nah sekarang sudah ada polisinya asuransi atau lembaga keuangan Bank dan non Bank kebetulan lembaga keuangan dinaungi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan).⁹⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 5 tentang standar pelayanan yang jelas bahwa dalam melakukan pelayanan mereka ada ketentuan-ketentuannya dan memang harus memenuhi prosedurnya.

c. Apakah Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan secara cepat dan tepat?

Selanjutnya Karyawan 1 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis berikut adalah pernyataannya:

Kalau aku sih respon itu relatif antara cepat dan tepat itu, cepat dalam artian kalau data itu diterimanya lengkap otomatis kami bisa proses kalau dalam artian nasabah mengirim datanya lambat maka otomatis pelayanan kami lambat juga itu tergantung

⁹⁰ Wawancara dengan Bapak HD selaku Manager di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 9 April 2019.

nasabah sih selain cepat atau lambatnya kalau nasabah mintanya hari ini maka kami buat hari ini, kebanyakan ada juga data yang belum lengkap mereka sudah mengajukan terpaksa kami pendeng kalau datanya sudah lengkap maka langsung dibuat hari itu juga.⁹¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 1 bahwa dalam merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan secara cepat dan tepat dalam melakukan pelayanan mereka memberikan jaminan/asuransi itu tergantung kepada nasabah yang memberikan kelengkapan datanya, kalau data yang di nasabah sudah lengkap semua baru bisa di proses, kalau ada data yang belum lengkap terpaksa pihak PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama menunda pembuatan asuransi tersebut kecuali berkas tersebut sudah lengkap semua.

Selanjutnya penulis bertanya kepada karyawan 2 begini pernyataan beliau: “Iya, kami merespon dengan cepat karena dalam bidang jasa asuransi harus cepat dan tepat dalam pelayanan ke nasabahnya dengan memberikan pelayanan yang maksimal”.⁹²

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 2 bahwa dalam merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan secara cepat dan tepat dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mereka memberikan

⁹¹ Wawancara dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 13 Maret 2019.

⁹² Wawancara dengan YM selaku karyawan 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

pelayanan yang maksimal baik itu dari segi kecepatan maupun ketepatan karena bagi mereka pelayanan itu diutamakan.

Kemudian penulis bertanya kepada karyawan 3, pernyataan beliau sebagai berikut: “Iya, aaa karena pada dasarnya itu kedisiplinan yang kami lakukan mencakup pada pelayanan secara cepat dan tepat dan juga memuaskan nasabahnya”.⁹³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 3 bahwa dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada dasarnya disiplin dari segi pelayanan harus cepat dan tepat yang mampu memuaskan nasabahnya.

Selanjutnya penulis bertanya kepada karyawan 4 tanggapannya begini: “Iya, Emm karena asuransi kami melayani dengan cepat dan teliti dan tidak membuat nasabah menunggu”.⁹⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 4 bahwa dalam melakukan pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mereka melayani dengan cepat dan teliti dan tidak mau membuat nasabahnya lama menunggu.

⁹³ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

⁹⁴ Wawancara dengan PA selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

Selanjutnya karyawan 5 memberikan tanggapan tentang apakah karyawan merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan secara cepat dan tepat, berikut adalah pernyataannya:

Ya, mengenai layanan cepat dan tepat nah itu adalah salah satu kinerja kita harus kita tunjukkan kecepatan ketepatan waktu dalam pelayanan karena setiap lembaga keuangan baik itu Bank dan non Bank. Kita ini kan perusahaan jasa, setiap perusahaan jasa itu harus merespon harus melayani semaksimal mungkin kalau bahasa millennialnya harus se keren mungkin lah.⁹⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 5 bahwa dalam melakukan pelayanan mereka memberikan layanan secara cepat dan tepat karena itu adalah salah satu kinerja mereka, mereka bergerak di bidang perusahaan jasa jadi mereka harus merespon dan melayani semaksimal mungkin.

d. Apakah Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan?

Karyawan 1 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis:

Itu sama jawaban nomor 3 jaminan tepat waktu itu tergantung dari nasabah itu sendiri karena sistem pelayanan kami bisa melalui telepon, *Whatsapp* dan Email, jadi biasanya data itu kurang lengkap bisa kami telepon nasabahnya kekurangan dari data itu apa-apa saja dan setelah selesai, datanya sudah jelas/lengkap bisa kami proses. Pelayanan disini kami tepat waktu sehari jadilah gak di tunda.⁹⁶

⁹⁵ Wawancara dengan Bapak HD selaku Manager di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 9 April 2019.

⁹⁶ Wawancara dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 13 Maret 2019.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 1 tentang jaminan tepat waktu dalam pelayanan mereka memang memberikan jaminan pelayanan tepat waktu jika data nasabah sudah lengkap semua maka hari itu juga bisa langsung di proses dan dibuatkan asuransi tersebut.

Selanjutnya Karyawan 2 yang memberikan tanggapan berikut adalah pernyataannya: “Iya kami memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, karena kami memang harus cepat dan tepat waktu dalam pelayanan ke nasabah”.⁹⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 2 tentang jaminan tepat waktu dalam pelayanan mereka memang harus memberikan jaminan pelayanan tepat waktu.

Kemudian Karyawan 3 memberikan tanggapannya: “Iya, karena pelayanan yang memuaskan dan membuat jaminan tepat waktu merupakan tugas utama kami”.⁹⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 3 tentang jaminan tepat waktu dalam pelayanan mereka memberikan pelayanan yang memuaskan dan membuat jaminan tepat waktu merupakan tugas utama bagi mereka.

⁹⁷ Wawancara dengan YM selaku karyawan 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

⁹⁸ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

Selanjutnya Karyawan 4 memberikan tanggapan tentang yang penulis tanyakan: “Iya, karena sudah menjadi bagian dalam pekerjaan kami untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah termasuk jaminan tepat waktu”.⁹⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 4 tentang jaminan tepat waktu dalam pelayanan mereka memberikan pelayanan yang terbaik karena sudah menjadi bagian pekerjaan mereka”.

Selanjutnya penulis menanyakan kepada karyawan 5 berikut adalah tanggapan beliau: “Oh iya, itu kan salah satu juga kan termasuk pelayanan kan harus seperti itu, jadi gak jauh juga karena perusahaan jasa itu harus bertindak cepat dan tepat sesuai aturan yang berlaku”.¹⁰⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 5 tentang jaminan tepat waktu dalam pelayanan mereka memberikan pelayanan yang terbaik karena dalam perusahaan jasa harus bertindak cepat dan tepat sesuai aturan yang berlaku.

⁹⁹ Wawancara dengan PA selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Bapak HD selaku Manager di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 9 April 2019.

e. Apakah Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) nasabahnya

Karyawan 1 memberikan tanggapan perihal pertanyaan penulis:

Setiap nasabah kami melakukan pelayanan tidak ada diskriminasi baik itu kita kan namanya pelayanan publik sama seperti kesehatan sama seperti yang lainnya lah untuk pelayanan publik tidak ada diskriminasi atau apalah, semua proposal kami terima asal dalam artian mereka punya itikad baik dalam artian mereka membuat tidak dalam tindakan kriminal, tindakan kriminal itu dalam artian gini mereka misalnya, menjaminkan ini ada pekerjaan proyek misalnya kontruksi kan kami kerjasamanya sama pemerintah mereka mengerjakan itu dalam artian gini tidak tepat waktu atau wanprestasi. Wanprestasi itu dalam artian mengerjakannya asal-asalan atau seadanya mereka membuat jaminan ke kami *surety bond* itukan untuk maksud mereka melepaskan tanggungjawab mereka ke pemerintah lalu dilimpahkan ke kami. Setelah dilimpahkan ke kami karena kami mempercayai nasabah itu kami buatlah polis itu.¹⁰¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 1 tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) nasabahnya dalam pelayanan mereka tidak diskriminatif karena mereka pelayanan publik semua proposal yang ingin membuat asuransi mereka terima semuanya asal tidak dalam tindak kriminal saja seperti tidak tepat waktu atau wanprestasi, maksudnya wanprestasi itu mengerjakannya asal-asalan dan seadanya.

¹⁰¹ Wawancara dengan WS selaku karyawan 1 di Palangka Raya pada tanggal 13 Maret 2019.

Selanjutnya karyawan 2 memberikan tanggapannya: “Iya, emmm disini kami tidak diskriminatif dalam pelayanan ke nasabahnya”.¹⁰²

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 2 tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) nasabahnya dalam pelayanan mereka itu tidak diskriminatif karena semua nasabah mereka perlakukan dengan sama.

Kemudian karyawan 3 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis begini jawabannya: “Tidak, kami tidak membeda-bedakan setiap nasabahnya perlakuan dan pelayanan kami sama dan selalu dalam kedisiplinan”.¹⁰³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 3 tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan nasabahnya dalam pelayanan mereka tidak membeda-bedakan pelayanan kepada nasabahnya dan mereka selalu memberikan pelayanan kedisiplinan.

¹⁰² Wawancara dengan YM selaku karyawan 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹⁰³ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

Selanjutnya karyawan 4 memberikan tanggapannya “Tidak, karena semua nasabah kami terima dengan baik dan mendapat perlakuan yang sama”.¹⁰⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 4 tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan nasabahnya dalam pelayanan mereka semua tidak membedakan nasabahnya mereka memperlakukan atau melayani nasabahnya dengan baik.

Kemudian karyawan 5 memberikan tanggapan tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan) nasabahnya dalam pelayanan, berikut adalah pernyataannya:

Oh, tidak boleh diskriminatif siapapun nasabah ya bagaimanapun harus sama semua, jadi kalau ada kasus perkasus, permasalahan-permasalahan harus kita layani semua tidak ada membeda-bedakan si A, si B, si C, tidak, semua sama tidak ada perbedaan yaitu tadi kembali lagi karena kita itukan perusahaan jasa setiap nasabah kita layani semaksimal mungkin.¹⁰⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan 5 tentang melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan nasabahnya dalam pelayanan mereka semua tidak

¹⁰⁴ Wawancara dengan PA selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹⁰⁵ Wawancara dengan Bapak HD selaku Manager di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 9 April 2019.

membedakan nasabahnya antara di A dengan si B atau si C, mereka memperlakukan atau melayani nasabahnya dengan sama.

2. Persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di Kota Palangka Raya.

Berikut adalah data diri sekaligus hasil wawancara kepada nasabah PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

a. Apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama?

Nasabah 1

Nama : AR

Alamat: Jl. Menteng Nomor 28C

Agama: Islam

Jabatan: Direktur CV. DUTA AGRO MANDIRI

Nasabah 1 memberikan tanggapan tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama, berikut adalah pernyataan beliau: “Ya sudah baik, kan sudah tersedia ya sarana dan prasarana disana itu ada kan mba ya di depan itu kursi-kursi itu semua lengkap lah disana itu dan enak juga”.¹⁰⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

yang baik di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut sudah bagus, semua sudah lengkap dan juga nyaman.

Nasabah 2

Nama : Eko Citra Budianto

Alamat : Jl. Kini Balu. Gang Buntu Nomor 140

Agama : Islam

Jabatan: Staff PT. PISTA KARYA BERSAUDARA

Selanjutnya nasabah 2 memberikan tanggapannya tentang pertanyaan penulis:

Masalah sarana dan prasarana saya sering sholat disini jujur aja kalau sarananya sangat baik kalau prasarananya oke, karena saya sering numpang sholat disini, numpang kamar mandi, numpang tidur disini jua kadang-kadang.¹⁰⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut sudah bagus dan baik.

Nasabah 3

Nama : MM

Alamat : Jl. Kecubung

¹⁰⁷ Wawancara dengan Bapak EK selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

Agama : Islam

Jabatan: Staff CV BUDI MAHA JAYA

Berikutnya nasabah 3 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut tanggapan beliau: “Emm kalau sarana dan prasarana di tugu kresna alhamdulillah saya sebagai nasabah ya atau pelanggan disini alhamdulillah baik, bagus dan memuaskan”.¹⁰⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut sudah bagus dan memuaskan.

Nasabah 4

Nama : FJ

Alamat : Jl. Mendawai VI Nomor 78 Palangka Raya

Agama : Islam

Jabatan: Wakil Direktur CV. CIPTA NUSA MANDIRI

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama, berikut adalah pernyataan beliau:

Untuk sarana dan pasarana di PT. asuransi tugu kresna pratama saya kira cukup baik walaupun masih perlu ya untuk

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bapak MM selaku nasabah 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 24 April 2019.

ditambahkan misalkan kursi tamu dan tanaman-tanaman untuk memperindah ruangan.¹⁰⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut sudah cukup bagus tetapi lebih baiknya lagi dikasih tanaman-tanaman untuk memperindah ruangan.

Nasabah 5

Nama : GN

Alamat : JL. Jeruk Nomor. 105

Agama : Islam

Jabatan: Staff PT. KARYA NUSA MANDIRI

Berikutnya nasabah 5 memberikan tanggapan tentang pertanyaan berikut adalah pernyataan beliau:

Sarana dan prasarananya ada yang pelayanan asuransinya kita tiap ada kontrak dengan pihak penyedia jasa untuk *surety bond* nya kita datang kesini ke tugu kresna. Sarana dan prasarana nya cukup baik ya, alhamdulillah puas sekali dengan pelayanan tugu kresna.¹¹⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bapak FJ selaku nasabah 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

¹¹⁰ Wawancara dengan Bapak GN selaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut cukup baik dan sudah puas.

Nasabah 6

Nama : JK

Alamat : Jl. DR. Murjani Gang. Suka Damai Nomor 3

Agama : Islam

Jabatan: Staff PT. Kalta Jasatama Mandiri

Selanjutnya nasabah 6 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah tanggapan beliau:

Masalah mengenai sarana dan prasarananya perlu ada yang ditambahkan lagi walaupun yang ada sudah cukup baik untuk kenyamanan nasabah misalnya menambahkan tanaman di depan kantornya dan hiasan bunga di atas meja kerja.¹¹¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 tentang apakah tersedianya sarana dan prasarana yang baik di PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam sarana dan prasarana di asuransi tersebut sudah cukup baik lebih baik lagi untuk kenyamanan nasabahnya dikasih hiasan bunga di atas meja kerja.

b. Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya?

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

¹¹¹ Wawancara dengan Bapak JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

di Palangka Raya itu kan banyak ya asuransi kenapa saya gak pilih sana, jangan kira saya gak mencoba, semuanya sudah saya coba pilihan saya itu dengan beliau iyakan mas udah berapa kali saya 2 kali ya mas terakhir kemaren di Videi Sebenarnya bukan masalah pimpinannya tapi mereka yang ngerjakan itu ya kan kalau pimpinan kan tau beres.¹¹²

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1 dalam kemampuan menyediakan layanan mereka sudah sangat terpercaya karena nasabah itupun sudah 2 kali melakukan asuransi ditempat tersebut.

Kemudian nasabah 2 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya, berikut adalah pernyataan beliau:

Kalau layanan yang terpercaya sudah dijamin permasalahannya mereka mampu mengambil ketempat tujuan ininya apa namanya tujuan dukomen, dukomen terkadang ada di kantor mereka berani ngambil ke kantor jadi layanan sangat-sangat terpercaya bukan terpercaya lagi.¹¹³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2, mereka dalam kemampuan menyediakan layanan mereka sangat-sangat terpercaya karena mereka mampu mengambil dukomen yang ada di kantor.

¹¹² Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹¹³ Wawancara dengan Bapak EK selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

Selanjutnya nasabah 3 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Insya'Allah terpercaya, selama saya menjadi nasabah tugu kresna ini para karyawan-karyawan semua ini melayani saya, baik melayani kebutuhan itu dibawa pulang maupun pelayanan, kadang-kadang saya dikasih kopi, minum pokoknya ini kebetulan saja hari ini tidak ada pisang goreng.¹¹⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya dalam kemampuan menyediakan layanan mereka sudah sangat bagus misalnya nasabah baru datang di senyumi dan langsung ditanggapi apa yang ingin nasabah inginkan.

Selanjutnya nasabah 4 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya berikut adalah pernyataan beliau: “Emm karyawan di PT. Asurani Tugu Krsana Pratama sangat mampu menyediakan layanan yang terpercaya, teliti dan terdedikasi tinggi terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan jaminan asuransi”.¹¹⁵

¹¹⁴ Wawancara dengan Bapak MM selaku nasabah 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 24 April 2019.

¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak FJ selaku nasabah 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya mereka itu sangat mampu dalam menyediakan layanan yang terpercaya, teliti dan terdedikasi juga.

Selanjutnya nasabah 5 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Sampai saat ini saya rasa sangat mampu sekali ya, baik pelayanannya, karyawannya juga ramah-ramah kepada kita, kan sudah terbukti yah tugu kresna ini terpercaya karena kalau ketika itu mengkalim secepatnya dikeluarkan klaimnya itukan, langsung ditanggapi tidak ada berbelit-belitlah.¹¹⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 tentang apakah para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya dalam kemampuan menyediakan layanan mereka sudah sangat mampu sekali dan terbukti jika nasabah mengklaim langsung ditanggapi oleh karyawannya tanpa berbelit-belitlah.

Nasabah 6 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya berikut adalah pernyataan beliau:

Ya, kepercayaan untuk karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama bisa dipegang. Kepercayaan nasabah PT.Asuransi Tugu

¹¹⁶ Wawancara dengan Bapak GN selaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

Kresna Pratama harus dijaga, malah kalau bisa harus bisa dibuat lebih percaya lagi dengan peningkatan dalam layanan.¹¹⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 tentang Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya dalam kemampuan menyediakan layanan mereka bisa dipegang malah kalau bisa lebih ditingkatkan lagi.

c. Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat?

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kemampuan melayani secara cepat dan tepat berikut adalah pernyataan beliau:

Jadi untuk layanan saya rasa cukup bagus kadang kan kita ini apa ya swasta kan tidak mengenal waktu yah apa yang kita cari kan partner jenis yang bisa saling membantu ya kapanpun jadinya enak, kadangkannya ada asuransi yang susah juga kan ada, mereka juga kan perlu kita sama-sama perlu kan sebenarnya dia perlu kita, kita perlu dia. Jadi untuk pelayanan cepat sekali.¹¹⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1 tentang apakah para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat dalam kemampuan melayani secara cepat dan tepat mereka itu sudah cukup

¹¹⁷ Wawancara dengan Bapak JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

¹¹⁸ Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

bagus tidak kenal waktu dalam melayani bisa dikatakan 24 jam lah bisa melayani nasabahnya.

Nasabah 2 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut tanggapan beliau: “Ya, mampu melayani secara cepat dan tepat serta aktual walaupun kadang rada-rada becandaan”.¹¹⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat mereka sudah mampu melayani secara cepat dan tepat serta aktual.

Nasabah 3 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat berikut adalah pernyataan beliau:

Selama saya hampir beberapa tahun pak Wisnu, saya menjadi nasabah disini lama yah 1 tahunan jadi, beliau-beliau ini kalau saya datang cepat melayani responnya bagus, cukup lumayan cepat juga gitu loh selama kita nasabah tidak anulah harus yang di koordinasikan ditanyakan atau gak ada ditanyakan jelas surat permohonannya cepat aja pelayanannya , kita mengajukan minta dibuatkan ini umpamanya jaminan pelaksanaan gitu loh cepat aja mereka.¹²⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat dalam

¹¹⁹ Wawancara dengan Bapak Ek selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak MM selaku nasabah 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 24 April 2019.

kemampuan melayani cepat dan responnya bagus jika minta dibuatkan jaminan maka cepat pelaksanaannya.

Selanjutnya nasabah 4 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau: “Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama sangat mampu melayani secara cepat dan tepat dan sangat memperhitungkan ke efisienan waktu dalam bekerja”.¹²¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat dalam kemampuan melayani secara cepat dan tepat mereka dan sangat efisien dalam bekerja dan cepat dalam melakukan proses pembuatan asuransi dan tepat waktu juga.

Kemudian nasabah 5 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Alhamdulillah selama ini cepat dan tanggap ituyah tidak memakan waktu lama kita datang langsung dilayani, apa yang kita inginkan cepat diselesaikan kalau saya pribadi atau teman-temah ituyah tidak ada keluhan artinya kami sebagai nasabah sangat puas dengan apa yang diberikan oleh Asuransi Tugu Kresna Pratama.¹²²

¹²¹ Wawancara dengan Bapak FJ selaku nasabah 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

¹²² Wawancara dengan Bapak GN selaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat dalam kemampuan melayani mereka itu cepat dan tanggap, kalau ada nasabah yang datang langsung dilayani dan apa yang di inginkan nasabah langsung diselesaikan, sehingga membuat para nasabah itu merasa puas.

Selanjutnya nasabah 6 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Emm kecepatan pelayanan, para karyawan engga bisa diragukan lagi. Mereka sangat ulet dalam bekerja sehingga tidak membuat nasabah menunggu lama untuk kesalahan dalam pengetikanpun sangat minim.¹²³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu melayani secara cepat dan tepat dalam kemampuan melayani mereka sangat cepat dalam bekerja kesalahan pengetikanpun sedikit sehingga tidak bisa diragukan lagi dan mereka juga tidak membuat nasabah menunggu lama.

d. Apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama?

¹²³ Wawancara dengan Bapak JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

Nasabah 1 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut pernyataan beliau:

Jadi kadangkannya mereka ini ada salah ketik ini mungkin namanya yang baca 1 orang ya mas ketika diterima mas ini ada salah ini jadi cepat ya menyelesaikan langsung diambil diperbaiki ya di antar lagi, ketika kita klaim kita telepon misalnya kita baca lagi nih pas waktu diserahkan itu kadang gak sempat baca kita ya 1 atau 2 hari baru kita baca, mas ini ada salah ini harus dibetulkan cepat dia.¹²⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau sudah cukup bagus apabila ada keluhan salah pengetikan langsung di ambil lagi dan langsung di perbaiki setelah itu langsung diantar ke nasabah lagi cepat sekali prosesnya untuk di benarkan.

Selanjutnya nasabah 2 memberikan tanggapan tentang pertanyaan berikut adalah pernyataan beliau: “Sangat cepat kalau ada keluhan mereka langsung ngambil kelapangan dan responnya 24 jam siap ngambil kekantor”.¹²⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon

¹²⁴ Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹²⁵ Wawancara dengan Bapak Ek selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

oleh karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau responnya siap 24 jam dan siap ngambil ke kantor.

Nasabah 3 memberikan tanggapan tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama berikut adalah pernyataan beliau: “Selama ini gak ada keluhan yah, selama ini baik-baik saja”.¹²⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau selama menjadi nasabah di asuransi tersebut tidak ada keluhan sama sekali.

Selanjutnya nasabah 4 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau: “Setiap keluhan yang diajukan oleh nasabah ke PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama di respon cepat oleh karyawan Asuransi Tugu Kresna Pratama”.¹²⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak MM selaku nasabah 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 24 April 2019.

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak FJ selaku nasabah 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

setiap ada keluhan yang diajukan langsung di respon cepat oleh karyawannya.

Kemudian nasabah 5 memberikan tanggapan tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama berikut adalah pernyataan beliau: “Sejauh ini hampir tidak ada keluhan yah, kalau ada keluhan cepat di tanggapi kalau ada apa-apa langsung dikabari langsung diperbaiki”¹²⁸.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau selama ini hampir tidak ada keluhan dan jika adapun langsung dikabari dan langsung diperbaiki.

Selanjutnya nasabah 6 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau: “Untuk masalah keluhan mereka langsung merespon dengan cepat dan segera memperbaiki apa yang dikeluhkan nasabah. Bahkan, tengah malampun mereka siap untuk memperbaikinya”¹²⁹.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 tentang apakah semua keluhan nasabah di respon

¹²⁸ Wawancara dengan Bapak GN selaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

¹²⁹ Wawancara dengan Bapak JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

oleh karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama menurut beliau untuk masalah keluhan mereka merespon dengan cepat dan segera memperbaiki apa yang dikeluhkan.

e. Apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya?

Nasabah 1 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau: “Kalau jaminan biaya apa aaa sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) nya mereka pastinya, standar mereka sudah”.¹³⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1, tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya dalam jaminan biaya mereka sudah sesuai dengan aturan dan standar operasional mereka.

Kemudian nasabah 2 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya berikut adalah pernyataan beliau:

Kalau jaminan tepat waktu tidak menjanjikan, tapi jaminan biaya sangat menjanjikan lebih murah dibandingkan PT asuransi yang ada sePalangka Raya dijamin, masalah ketepatan waktu

¹³⁰ Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

permasalahannya mungkin karena terkendala lalu lintas apa kita tidak bisa bilang pasti tepat waktu, karena waktu itu cuma milik Allah SWT.¹³¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya dalam dalam jaminan tepat waktu tidak menjanjikan karena bisa terkendala macet tapi kalau jaminan biaya sangat menjanjikan karena lebih murah di bandingkan asuransi yang lain.

Selanjutnya nasabah 3 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Jaminan itu kan ada hitungannya itu orientasinya kepada nilai polis jadi standar ajalah sama aja, malah mungkin kita paling murah disini, kenapa saya disini, karena paling murah kalau tepat waktu bagus juga disini konsikuen aja orangnya umpamanya kita minta disegerakan jam segini selesai atau besok selesai kita telepon jam berapa pun disini 24 jam bisa kapan kita memerlukan beliau beliau siap aja.¹³²

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya dalam dalam jaminan tepat waktu tidak menjanjikan karena bisa

¹³¹ Wawancara dengan EK selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

¹³² Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

terkendala macet tapi kalau jaminan biaya sangat menjanjikan karena lebih murah di bandingkan asuransi yang lain.

Kemudian nasabah 4 memberikan tanggapannya tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama selalu memberikan kecepatan waktu, kejelasan kapan selesainya sebuah jaminan asuransi dan selalu memberikan penjelasan dan keterangan tentang biaya yang harus dibayarkan.¹³³

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya dalam dalam jaminan tepat waktu mereka selalu memberikan kecepatan waktu dan kejelasan kapan selesainya polis tersebut dibuat dan jelas memberikan keterangan biaya yang harus dibayarkan.

Selanjunya nasabah 5 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya berikut adalah pernyataan beliau: “Untuk jaminan tepat waktu yah misalkan sesuai dengan apa yang dijanjikan misalkan jam 1, jam 1 selesai tepat waktu sangat tepat waktu”¹³⁴

¹³³ Wawancara dengan PT selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹³⁴ Wawancara dengan Bapak GN selaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya mereka apabila menjanjikan selesainya jam 1 maka tepat waktu sekali jam 1 itu sudah selesai.

Kemudian nasabah 6 memberikan tanggapan tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya berikut adalah pernyataan beliau: “Ya, mereka tepat waktu dalam memberikan jaminan sesuai dengan yang tertulis di polis, kapan dan berapa biayanya yang dijaminan semua tepat”.¹³⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 tentang apakah para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama memberikan jaminan tepat waktu atau jaminan biaya mereka tepat waktu dalam memberikan jaminan dan juga kapan dan berapa biayanya juga tepat sekali.

f. Bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya?

Selanjutnya nasabah 1 memberikan tanggapan tentang pertanyaan, berikut adalah pernyataan beliau: “Baik lah sangat bagus,

¹³⁵ Wawancara dengan Bapak JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

kalau disana aaa disuruh nunggu kan adakan di depan itu kadang-kadang juga ditawarkan tuh mau apa-apa kopi, teh atau aqua di depan diambil disitu”.¹³⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 1 tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam keramahan para karyawannya mereka sudah sangat ramah karena bila ada tamu yang datang langsung disugahi minuman kopi, teh dan aqua.

Kemudian nasabah 2 memberikan tanggapan tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya, berikut adalah pernyataan beliau: “Sangat ramah begitu sampai langsung dikasih kopi, teh, roko dan cemilan terkadang”.¹³⁷

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 2 tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam keramahan para karyawannya mereka sudah sangat ramah dan disetiap ada tamu biasanya disugahi minuman atau cemilan kalau ada.

¹³⁶ Wawancara dengan Bapak AF selaku nasabah 1 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹³⁷ Wawancara dengan Bapak EK selaku nasabah 2 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 25 Maret 2019.

Nasabah 3 memberikan tanggapan tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya, berikut adalah pernyataan beliau: “Alhamdulillah ramah-ramah semua, ini ramah semua itu buktinya pak YM selama ini gak ada keluhan disini udah lama”¹³⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 3 tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam keramahan para karyawannya mereka ramah-ramah semua dan selama menjadi nasabah tidak ada keluhan.

Nasabah 4 memberikan tanggapan tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya, berikut adalah pernyataan beliau:

Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya sangat ramah, sopan, santun dan selalu tersenyum sehingga nasabah menjadi nyaman dan sangat percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.¹³⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 4 tentang bagaimana keramahan para karyawan PT.Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam keramahan para

¹³⁸ Wawancara dengan YD selaku karyawan 3 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

¹³⁹ Wawancara dengan PT selaku karyawan 4 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 23 Maret 2019.

karyawannya mereka dalam melayani nasabah sangat ramah, sopan, santun dan selalu tersenyum sehingga nasabah menjadi nyaman dan sangat percaya terhadap perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.

Nasabah 5 memberikan tanggapan tentang bagaimana keramahan para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam melayani nasabahnya, berikut adalah pernyataan beliau: “Kalau keramahan dari pihak asuransi saya rasa sudah cukup bagus ke nasabahnya”.¹⁴⁰

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 5 keramahan para karyawannya sudah bagus dalam melayani nasabahnya sehingga mereka cukup puas.

Selanjutnya nasabah 6 memberikan tanggapan tentang pertanyaan penulis, berikut adalah pernyataan beliau:

Keramahan para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama tidak bisa diragukan lagi. Nasabah datang sudah disambut dengan senyuman bahkan biasanya bersenda gurau dengan nasabah waktu sambil kerja.¹⁴¹

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah 6 dalam segi keramahan para karyawannya mereka

¹⁴⁰ Wawancara dengan Bapak GNselaku nasabah 5 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 29 Maret 2019.

¹⁴¹ Wawancara dengan JK selaku nasabah 6 di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama pada tanggal 6 April 2019.

sangat ramah waktu nasabah baru datang langsung diberikan senyuman dan bersenda gurau juga dengan nasabahnya.

C. Analisis Data

1. Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis Palangka Raya.

Pelayanan biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa, pelayanan yang ada di perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama memang memberikan pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk menumbuhkan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap nasabahnya, sehingga nasabah merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan benar. Pentingnya pelayanan terhadap nasabah juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan. Akan tetapi, tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap nasabah saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon setiap keluhan atau keinginan nasabaah di PT. Asuransi Tugu kresna Pratama, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari nasabah. Di samping itu, harus diupayakan terus menerus untuk meningkatkan kemampuan para karyawan PT. Asuransi Tugu kresna Pratama dalam melakukan pelayanan agar dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada para nasabah untuk tetap

setia mengasuransikan perusahaan atau pekerjaan mereka dan tidak akan sempat lagi melirik atau memakai asuransi yang lain.

Sesuai dengan pernyataan Manager Asuransi Tugu Kresna

Pratama:

Jadi, disiplin itu dimanapun kita bekerja disiplin itu paling utama artinya sesuai pekerjaan kamu harus disiplin, kebetulan karyawan kita disini ya salah satu yang diwajibkan jadi karyawan disini semuanya disiplin. Artinya disiplin disitu pimpinan juga harus memberikan contoh yang baik, kadang-kadangan ada pimpinan yang tidak memberikan contoh yang baik kepada karyawannya, sementara kita memberikan peraturan harus disiplin, ternyata pimpinan sendiri tidak disiplin. Itu kan berarti tidak sesuai, tidak boleh seperti itu, karena seorang pemimpin harus memberikan contoh yang baik.

Dengan seperti itu bisa dilihat sendiri bahwa Managernya pun dalam mendidik karyawannya harus disiplin agar karyawan tersebut bisa mencontoh kepada atasannya, sesuai juga dengan observasi awal yang peneliti lakukan mereka datang tepat waktu dan pulang nya juga tepat waktu. Dengan menjadi karyawan yang disiplin dalam melakukan pekerjaan dan profesional sehingga dapat mengerti dan memahami keinginan para nasabah termasuk menangani keluhan dan masalah yang disampaikan nasabah termasuk disiplin dalam bekerja dan bersikap. Mereka juga memiliki layanan yang jelas yang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) nya mereka. Bagi mereka, nasabah diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, tanpa harus memilih-milih nasabah semuanya mereka perlakukan sama tidak ada yang berbeda.

Usaha untuk selalu memuaskan kebutuhan nasabah harus dilakukan secara menguntungkan atau dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Karena kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabahnya.

Adanya komunikasi yang baik antara manager dan karyawan, karyawan dengan karyawan, dan karyawan dengan nasabah akan memberikan manfaat baik bagi pihak perusahaan dan pihak nasabah. Sehingga para nasabah merasa puas karena keinginan dan keluhannya mendapat tanggapan yang baik dari perusahaan. Kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama, akan menaikkan citra positif dan mendorong nasabah untuk tetap setia menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini bisa dijadikan strategi perusahaan untuk menghadapi pesaing, karena semakin banyaknya para pesaing yang berdiri sekarang ini. Oleh karena itu, keramahan karyawan yang baik, harga yang bersaing, kualitas produk yang baik merupakan faktor kunci yang harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan-perusahaan terutama perusahaan di PT. Asuransi Tugu Kresna pratama.

Bersikap ramah dan baik ternyata belum cukup bagi karyawan dalam menjalankan tugasnya. Sikap dan perilaku dalam dunia bisnis juga menjadi salah satu faktor untuk mengembangkan dan memajukan usaha.

Adapun sikap dan perilaku yang dilakukan oleh karyawan di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama yaitu jujur dalam bertindak karena sikap jujur merupakan modal utama dalam melayani nasabah. Kejujuran inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Rajin, tepat waktu dan tidak malas para karyawannya dalam melayani nasabah. Selain itu, selalu murah senyum dengan senyum, akan lebih mudah bagi karyawan dalam membujuk nasabah agar ia menyukai perusahaan PT. Asuransi Tugu kresna Pratama, karena para nasabah biasanya akan tersanjung dan merasa dihargai dengan senyum yang ditunjukkan karyawan. Lemah lembut dan ramah tamah pada saat berbicara dengan para nasabah sikap seperti itu, dapat menarik minat tamu dan membuat nasabah betah berhubungan dengan perusahaan.

Sopan santun dan hormat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dengan demikian, pelayanan di PT. Asuransi Tugu Kresna paratama dan nasabah juga akan menghormati pelayanan yang diberikan karyawan tersebut. memiliki rasa tanggung jawab dalam melayani pelanggan, karyawan harus melakukannya dengan serius dan dengan sepenuh hati, mereka juga bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dilakukan agar pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Islam mengajarkan etika bisnis cukup dengan mengamalkan al-Qur'an dan ajaran Muhammad, sebagai sunnah nabi. Sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Israa' ayat 7

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا^ط

Artinya: "Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri".¹⁴²

Dengan melihat penjelasan diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang ada di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama sudah baik dimulai dari peneliti melakukan observasi yang hasilnya positif ditambah lagi dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan dalam melakukan pelayanan mereka sudah memuaskan, ramah tamah, sopan santun dan tidak diskriminatif kepada nasabahnya dan tanggapan nasabahnya juga baik.

2. Persepsi peserta polis terhadap pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama Palangka Raya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi nasabah pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama. Pentingnya peran persepsi bagi suatu perusahaan agar mereka mengetahui apa saja yang yang perlu mereka berikan dan lakukan ke nasabahnya. Jika yang dilakukan oleh karyawannya tidak sesuai dengan yang nasabah harapkan

¹⁴² Al-Israa' [17]:7

maka para nasabah akan berpikir yang negatif tentang perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama maka nasabah pun akan memberikan tanggapan yang positif. Harapan nasabah dapat dijadikan sebagai acuan dalam menciptakan rasa saling memahami antara karyawan dan juga nasabah. Biasanya persepsi didasarkan pada dimensi-dimensi yang termasuk dalam karakteristik produk, dimana mereka dikaitkan dengan hal-hal seperti keandalan dan kinerja para karyawannya barulah bisa dikatakan kualitas pelayanan yang baik apabila sesuai dengan kinerja karyawannya juga baik. Zeithaml (1990) dan Hardiyansyah menyederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu dimensi *SERVQUAL* (kualitas pelayanan) sebagai berikut: Selisih antara persepsi dan harapan inilah yang mendasari munculnya konsep gap dan digunakan sebagai dasar skala *SERVQUAL*, yang didasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu:

- a. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.¹⁴³

Menurut teori diatas, bahwa di perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama juga memiliki layanan sarana dan prasarana yang cukup dan kualitas yang baik, sangat dibutuhkan setiap organisasi atau perusahaan dimanapun dalam menyelenggarakan kegiatannya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tanpa adanya sarana dan prasarana, mustahil tujuan akan dapat dicapai. Demikian juga kantor tempat berlangsungnya kegiatan yang berkaitan dengan ketatausahaan atau administrasi yang sangat memerlukan sarana dan prasarana kantor agar semua kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Sesuai dengan pernyataan nasabah 5 bapak GN:

Alhamdulillah selama ini cepat dan tanggap itukan tidak memakan waktu yang lama, kita datang langsung dilayani, apa yang kita inginkan cepat diselesaikan kalau saya pribadi atau teman-teman ituyah tidak ada keluhan artinya kami sebagai nasabah selama ini

¹⁴³Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001. h.27.

sangat puas dengan apa yang diberikan oleh Asuransi Tugu Kresna Pratama.

Dengan demikian perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama mampu menyediakan layanan yang terpercaya bagi nasabahnya karena mereka mampu melayani secara cepat dan tepat kepada para nasabahnya dan yang membuat pelanggan merasa dihargai adalah dengan mengakui keberadaannya sesegera mungkin. Jadi ketika seseorang memasuki kantor, para karyawan harus segera menyapa dan memperhatikan kebutuhannya, berhenti melakukan apapun sesegera mungkin. Begitulah cara para karyawan dalam melayani nasabahnya sehingga para nasabahnya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh mereka.

Karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama juga Aktif mendengarkan keluhan para nasabahnya. Dengan begitu, mereka merasa apa yang di inginkan dan dikeluhkan mereka bisa terselesaikan dengan baik dan cepat dan mampu menawarkan saran yang tepat. Memberikan jaminan tepat waktu dan jaminan biaya juga termasuk pelayanan yang diberikan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada para nasabahnya dengan begitu mereka merasa puas dengan layanannya. Dan Saat karyawan melakukan interaksi dengan nasabah mereka menunjukkan keceriaan wajahnya dengan selalu senyum dan mendengarkan pesan dari nasabah, berperilaku sopan dan juga sangat ramah kepada nasabahnya.

Kesan atau kualitas yang dirasakan mencerminkan perasaan nasabah secara menyeluruh mengenai suatu produk atau jasa, sehingga menjadi sangat berperan dalam keputusan nasabah dalam memutuskan produk atau jasa apa yang akan dibeli dan kepuasan nasabah merupakan bagian dari pengalaman nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, nasabah memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap pesaing dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding pesaing-pesaing yang ada.

Jadi menurut penulis, persepsi peserta polis terhadap pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam kecepatan, ketepatan melakukan pekerjaan juga dan mereka memberikan pelayanan kepada nasabah yang merasa ada keluhan dengan cepat mereka menanggapi, dengan begitulah nasabah merasa

puas dan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan PT.

Asuransi Tugu Kresna Pratama.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang dilakukan oleh peneliti uraikan, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama kepada peserta polis memang memberikan pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk menumbuhkan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap nasabahnya, sehingga nasabah merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan benar. Para karyawan juga disiplin dan bertanggung jawab kepada nasabahnya dalam melakukan pelayanan. Lebih dari itu, mereka juga tidak diskriminatif dengan nasabahnya, semua nasabah mereka perlakukan dengan sama, demikianlah yang membuat para nasabahnya merasa puas dengan pelayanan yang ada di PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama.
2. Persepsi peserta polis terhadap pelayanan pada PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama, persepsi bagi suatu perusahaan agar mereka mengetahui apa saja yang yang perlu mereka berikan dan lakukan ke nasabahnya. Jika yang dilakukan oleh karyawannya tidak sesuai dengan yang nasabah harapkan maka para nasabah akan berpikir yang negatif tentang perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan

yang diberikan oleh karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama maka nasabah pun akan memberikan tanggapan yang positif. Dalam hal ini, para nasabah memberikan tanggapan yang baik terhadap para karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama karena kinerja mereka yang sangat bagus dan memuaskan bagi nasabahnya, seperti sarana dan prasarana yang diberikan kepada nasabah bisa sholat di kantor dan kursi-kursi juga ada, lalu mereka menyediakan layanan yang terpercaya dan para karyawannya mampu melayani secara cepat dan cepat serta semua keluhan nasabah mereka tanggapi dengan baik yang membuat nasabahnya merasa di hargai, dan cara mereka melayani nasabahnya dengan ramah dan aman sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang mereka berikan selama ini.

B. Saran

1. Kepada perusahaan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama peneliti menyarankan agar kedepannya diharapkan tetap baik dalam pelayanan kepada nasabahnya dan kalau bisa lebih ditingkatkan lagi pelayanannya agar para nasabah tidak akan beralih ke perusahaan yang lain.
2. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu bahan rujukan dalam mengembangkan pelayanan bagi karyawan PT. Asuransi Tugu Kresna Pratama dalam memuaskan nasabahnya. Disamping itu, peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat dijadikan

sebagai sebuah sumber referensi bagi penelitian-penelitian yang terkait dengan selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah Amrin. *Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. 2011.
- Abdullah.Amrin.*Meraih berkah melalui asuransi syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2011.
- Abdul Manan. *Hukum Ekonomi Syari'ah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Ahmadi. *Memahami metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Negeri Malang. 2005.
- Achmad Sunarto. *terjemah Shahih Bukhari Jilid III*. Semarang: CV. Asy syifa. 1992.
- Asmuni, Tafsir Al Qurtubi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008 h.539.
- Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2003.
- Departemen Agama. *Al-Quran dan Terjemahnya*. CV. Jaya Sakti. Surabaya:1997.
- Etta Mamang Sangadji. Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET. 2013.

- H. Rahmat. *Statistika Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.
- J. Winardi. *Manajemen Prilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana. 2004.
- Joko Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2004.
- Kadar Nurjaman. Khaerul Umam. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: CV Pustaka setia. 2012.
- Kaerul Umam. *Perilaku Organisasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2010.
- Kasmir. *Etika Customer Servi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2006.
- Lexi. J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2002.
- Masri S dan Sofian E. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Miftah Thoha. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada. 2007.
- M amin. Suma. *Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*. Jakarta: Kholam Publishing, 2006.
- M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2012.
- Moh. Nasir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1999.
- Rosady Ruslan. *Manajemen Public Rekatons & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007.
- Sulistyowati. Irianto. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Cek. Ke-2.2011.

Sofyan Syafri Harahap. *Akuntansi Islam*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.

Sofyan Assauri. "Customer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction". *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 01, TH. XXXII. Januari. 2003.

Sadono. Sukirno. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group 2014.

Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA. 2012.

S. Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bima Aksara. 1996.

Wibowo. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA. 2014.

B. Internet

<http://www.Tugukresna.com>. di akses pada 29 April 2018.

C. Skripsi

Fazlurrahman , "persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank Muamalat Cabang Pembantu Sampit" <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/74/3/Bab%20,%20Tinjauan%20Puastaka%20%28Fazlur%29.pdf>. di akses pada 27 April 2018.

Kiki novi saraswati, "Kepuasan Konsumen ditinjau dari Persepsi tentang Asuransi dan Pelayanan di Asuransi Bumi Putera", Skripsi Sarjana, Surakarta: Universitas Muhammadiyah, 2013 h. 11 t,d.

Eki anes Wijaya SW, Kualitas Pelayanan Perizinan Melalui Sistem *One Stop Service* pada Badan Penanaman Modal dan Perizinan (BPMP) Kota Bandar Lampung 2017 di akses 24 Februari 2019.

D. Jurnal

Siti Wulandari, Pengaruh Kepercayaan dan Kualiatas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Asuransi jiwa, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2017,h. 12. t.d.

Oktavianus Taroreh, “Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi jasindo”, Skripsi Sarjana, Manado: Universitas Sam ratulangi, 2015, h. 13, t.d.

Elsa Finda Rahmastuti, Status Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Yogyakarta: Universitas Sam Ratulangi 2014, ah. 17. t.d.