

Penerapan premium rate asuransi kendaraan bermotor dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah PT Asuransi Jasindo (studi kasus pada kantor cabang Jember)

Dwi Sapto Yuli Harto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80179&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan asuransi kendaraan bermotor di Indonesia cukup signifikan. Pasar asuransi kendaraan bermotor hingga akhir 2004 diprediksi tumbuh menjadi 40% menyusul kenaikan harga kendaraan bermotor maupun angka penjualan kendaraan bermotor. Persaingan bisnis asuransi kendaraan bermotor semakin ketat, namun potensi pasar yang cukup besar membuat perusahaan asuransi kerugian berlomba memasuki pasar dan menerapkan taktik - strategi dalam usahanya meraih pangsa pasar.

Tarif Premi asuransi kendaraan bermotor dipengaruhi oleh dua hal pokok yaitu tingkat risiko dan besaran pangsa pasar sebuah perusahaan asuransi. Tarif akan menjadi layak dan wajar apabila dijual dengan harga yang sesuai dengan tingkat risiko yang dihadapi konsumen. Perusahaan dengan market share terbesar akan mampu menjual asuransi dengan tarif lebih murah apabila dibandingkan dengan perusahaan asuransi yang tidak terlalu besar porfolio bisnisnya. Perhitungan biaya pokok dalam asuransi kendaraan bermotor sangat kompleks karena faktor uncertain risk Pengetahuan teori peluang dan statistik diperlukan untuk mendapatkan tarif yang dapat diterapkan di pasar (applicable).

Jasindo berupaya menjadi pemain utama dalam bisnis ini. Dalam upayanya menjadi 5 besar dalam bisnis asuransi kendaraan bermotor, Jasindo mengubah Brand Awareness dari nama "Pro-Aktif" di tahun 1988 menjadi "Jasindo Oto. di tahun 2001. Sebagai perusahaan badan usaha milik negara (BUMN) yang wajib taat pada Peraturan Pemerintah, Jasindo tunduk pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tingkat premi asuransi kerugian yaitu sedikitnya atas pertimbangan pada biaya risiko murni dan catatan statistik klaim minimal selama 5 tahun terakhir, biaya akuisisi termasuk komisi dan biaya manajemen serta profit margin.

Perang tarif premi asuransi kendaraan bermotor sepiantas menguntungkan bagi perusahaan asuransi maupun nasabah. Nasabah diuntungkan karena dapat membayar premi dengan harga murah dan perusahaan asuransi diuntungkan karena dapat menarik banyak nasabah. Namun dalam jangka panjang justru bisa menjadi bumerang bagi perusahaan asuransi maupun nasabah pada saat menghadapi pembayaran klaim. Perusahaan asuransi menghadapi kesulitan keuangan jika suatu saat nilai premi yang masuk tidak sebanding dengan jumlah klaim yang dibayar. Demikian juga nasabah akan dirugikan karena klaimnya tidak terbayarkan oleh perusahaan asuransi yang mengalami kesulitan keuangan.

Penelitian ini memfokuskan pada perusahaan asuransi Jasindo kantor cabang Jember dan bertujuan meneliti seberapa jauh pengaruh kebijakan penerapan rate premi asuransi kendaraan bermotor terhadap kepuasan nasabah Jasindo Jember.

Penerapan premium rate yang berlaku saat ini merupakan salah satu indikator dari variabel reliability.

Sedangkan variabel reliability merupakan salah satu variabel penelitian kami yang terdiri dari 5 (lima) variabel yang mempengaruhi kualitas layanan jasa asuransi dan tingkat kepuasan nasabah asuransi secara keseluruhan yaitu variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Chi Square Test dengan level of significant sebesar 005 menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah asuransi Jasindo Jember bukan berasal dari penetapan tarif yang rendah yang merupakan bagian dari variabel reliability, melainkan dipengaruhi oleh variabel responsiveness, assurance dan empathy dengan indikator antusias dan tanggapnya karyawan asuransi dalam menjawab pertanyaan nasabah, tanggap mendengar dan mengatasi keluhan nasabah, ramahnya karyawan menerima pengaduan nasabah, sikap sopan terhadap nasabah, karyawan yang memiliki pengetahuan luas, perhatian secara personal terhadap nasabah serta karyawan yang memahami kebutuhan nasabah.

Namun demikian setelah diadakan analisa Chi Square test ternyata ada beberapa faktor yang mempunyai hubungan ketergantungan. Untuk mengukur derajat keeratan hubungan antara variabel atau mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut digunakan Koefisien Contingensi. Dan perhitungan koefisien Contingensi akan dapat diperoleh pengaruh dari masing-masing variabel sehingga dapat diketahui faktor yang paling berpengaruh. Dari pengukuran Koefisien Contingensi diperoleh hasil yaitu faktor yang paling berpengaruh dari 3 faktor berpengaruh tadi, faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Asuransi Jasindo Jember adalah variabel responsiveness dengan indikator petugas antusias tanggap mengatasi keluhan nasabah. Sehingga amat tepat apabila disebutkan bahwa layanan yang baik dari perusahaan asuransi dalam mengatasi kebutuhan nasabah baik pada saat sebelum penutupan asuransi maupun setelah terjadi klaim, dapat menunjang keberadaan (survive) dan pertumbuhan (growth) perusahaan asuransi di tengah tingkat persaingan perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang sangat ketat.

<hr>

The growth of motor Insurance in Indonesia has grown significantly. The market was predicted growth to be 40 % in the end of year 2004. The growth was influence by various favorable factors including the increasing purchasing power to buy the motor.

However, the increasing needs for insurance protection triggered by the tight of market competition. The rising number of the insurance company makes Insurance companies compute tighter. The insurance company has done a proper marketing effort to penetrate the market.

The premium rate of motor insurance was influenced by the risk and the market share. Some companies whose have the big market considered to be cheaper price than others of the company. The calculation of the premium rate is complicated caused by uncertain risk. Thus, the insurance industry needs the knowledge of statistic and probability theory.

In this context, PT Asuransi Jasindo an Insurance company with a long standing position and famous In the Industry, envisioned to expand its business, activity more deeply Into the motor Insurance market. In specific, Jasindo intend to enter Into an integrated motor protection service. The company strategy is market targeting through the precise identification of customer needs. The available product In the market was tried

to meet the consumer expectation.

In the above context, this study was conducted with two objectives. First, to know the policy of the premium rate motor of Jasindo and access the consumer values, expectations, perceptions and experience. Second, to know the most dominant aspect of consumer values, expectations, perceptions and experience by variables: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The research was conducted using the Chi- Square Test and Contingency Coefficient. Base on the research finding the study recommend Jasindo to review an Integrated motor insurance product concept with product positioning through higher service quality such as easy to claim, responsiveness, assurance and empathy.