

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dan merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan layanan keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari grup yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Prudential Indonesia sebagai perusahaan di bidang jasa keuangan telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga ini dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan jasa keuangan di dalam sektor jasa keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan dan akuntabel serta mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil dan mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat (Pasal 4 UU OJK).

Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa patungan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008. Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007.

Sejak peluncuran produk asuransi yang terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan

para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 yaitu meluncurkan produk PRU Syariah dan PRUlink Syariah sebagai produk Asuransinya. Sejak itu Prudential Indonesia dikenal dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya.

Data terakhir per 31 Desember 2016, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan 6 kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 260.000 tenaga pemasar berlisensi di 393 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali. (Sumber: www.prudential.co.id)

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut adalah logo perusahaan yang digunakan dalam penelitian yaitu Prudential



GAMBAR 1.1

(Sumber: www.prudential.co.id)

1.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan

1. Visi: Menjadi perusahaan nomor satu di Asia, dalam hal pelayanan nasabah memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham mempekerjakan orang-orang terbaik.

2. Misi: Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Misi, PT Prudential Life Assurance memiliki Empat Pilar, yaitu fondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut ini adalah Empat Pilar:
 1. Semangat untuk selalu menjadi yang terbaik:
Untuk memberikan yang terbaik dan memperbaiki kemampuan untuk mendapatkan hasil yang terbaik pula.
 2. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar:
Memberikan kesempatan kepada setiap orang di perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian dan pengembangan pribadi melalui berbagi training.
 3. Bekerja sebagai suatu keluarga:
Bekerja bergandengan tangan sebagai satu keluarga besar memperlakukan satu sama lainnya dengan rasa hormat dan penuh kasih untuk menciptakan suasana penuh pengertian.
 4. Integritas dan Keuntungan yang merata bagi semua pihak yang terkait dengan perusahaan:
Komitmen untuk selalu memiliki integritas dalam setiap hal, menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah, menghargai setiap orang dengan adil berdasarkan nilai tambah bisnis, berkomunikasi dengan jelas dan memberikan pendapatan penghasilan yang baik ke setiap orang (tanpa diskriminasi).

1.1.4 Produk Yang Dijual

Berikut ini merupakan produk asuransi Prudential:

1. Proteksi

Produk proteksi dari asuransi Prudential meliputi:

- a. PRUuniversal Life

Produk Asuransi Prudential ini meliputi perlindungan asuransi jiwa dengan profil resiko investasi yang rendah dan memang dirancang dalam semua tahap kehidupan.

b. PRUlife Cover

Produk asuransi jiwa dari Prudential yang memberikan perlindungan apabila meninggal dunia sebelum masa perlindungan dari PRUlife Cover berakhir.

c. PRUprotector Plan

Produk asuransi jiwa dari Prudential yang berjangka waktu panjang. Merupakan kombinasi antara proteksi dan investasi yang menjamin Anda dan keluarga dari segala kemungkinan yang terjadi.

d. PRUaccident Plus

Produk asuransi ini merupakan asuransi kecelakaan untuk perlindungan dari cacat total dan meninggal akibat kecelakaan.

e. PRUhospital Care

Produk asuransi Prudential ini menjamin Anda apabila harus rawat inap di rumah sakit atau menjalani perawatan di Unit Gawat Darurat dan operasi bedah

2. Investasi

Produk asuransi Prudential terkait investasi meliputi:

a. PRUlink Assurance account

Produk asuransi Prudential ini merupakan salah satu investasi yang unik karena terdapat fleksibilitas bagi yang ingin menggunakan satu atau enam jenis produk Asuransi Prudential atau juga kombinasinya.

b. PRUlink Syariah Assurance Account

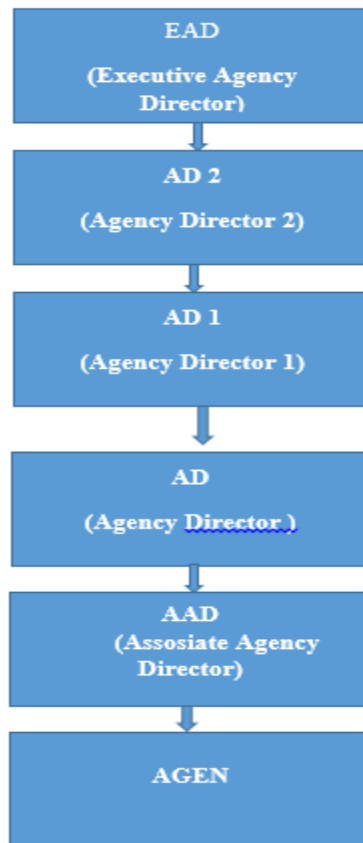
Merupakan produk asuransi Prudential dalam bentuk investasi syariah. Hampir sama dengan PRUlink assurance account, terdapat fleksibilitas untuk melakukan perubahan proteksi, investasi dan pembayaran sesuai dengan kebutuhan kita

c. PRUlink Syariah Investor Account

Produk unit link asuransi prudential ini merupakan produk asuransi terkait investasi yang sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Memiliki fleksibilitas untuk melakukan penambahan investasi dari pilihannya.

1.1.5 Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi PT.Prudential Life Assurance kantor pemasaran mandiri cabang Bandung yang berlokasi di Paskal hyper square D47-49, Kebon Jeruk, Andir kota Bandung :



GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018

1.2 Latar Belakang

Sesuai dengan perkembangan zaman, asuransi juga mengalami perkembangan yang cepat dan semakin baik setiap harinya. Selain meningkatkan pelayanan kepada para nasabahnya, perusahaan asuransi juga melakukan berbagai macam usaha untuk bisa tetap memperluas dan memajukan bisnis yang mereka jalankan selama ini. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan cara mengeluarkan berbagai produk baru dan lebih inovatif bagi nasabahnya.

Saat ini, produk asuransi tidak hanya terbatas pada jenis asuransi jiwa dan asuransi kesehatan saja, karena pada dasarnya kedua produk inilah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat luas. Di dalam perkembangannya, perusahaan asuransi juga mengeluarkan berbagai macam produk yang bisa dipilih dan digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan agar semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi dan semakin banyak penjualan yang bisa diciptakan.

Ada banyak jenis produk asuransi yang bisa dipilih oleh nasabah pengguna asuransi, antara lain: asuransi kesehatan, asuransi dana pendidikan, asuransi dana pensiun, asuransi mobil, asuransi properti, dan beragam jenis asuransi lainnya. Dengan banyaknya produk yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi, maka akan ada banyak pilihan dan juga pertimbangan yang bisa diambil oleh nasabah yang akan menggunakan asuransi tersebut. Hal ini juga menciptakan aroma persaingan yang baik di antara perusahaan penyedia layanan asuransi, di mana mereka tentu akan

berlomba-lomba untuk memberikan layanan terbaik di dalam produk yang mereka miliki. (Sumber: www.cermati.com , 2015)

Perkembangan yang terus meningkat setiap tahunnya menunjukkan bahwa industri asuransi jiwa di Indonesia memiliki potensinya yang masih sangat besar dan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya asuransi jiwa juga terus meningkat pada saat ini, perkembangan asuransi yang berada di Indonesia Antara lain ada perusahaan Prudential, Manulife, AXA, Allianz, dan lain sebagainya adalah contoh perusahaan asuransi yang ada di Indonesia saat ini.

PT. Prudential Life Assurance adalah organisasi lembaga asuransi dan layanan keuangan internasional terkemuka yang berasal dari London. Melalui produk unggulannya yaitu asuransi jiwa, Prudential telah meraih banyak penghargaan dalam industri asuransi jiwa. Prudential terpilih sebagai asuransi jiwa terbaik di Indonesia versi majalah Investor selama 13 tahun berturut-turut sejak tahun 2002 hingga tahun 2015 (Sumber: Kantor PRUStars BD6 Bandung, 2018).

Prudential juga meraih penghargaan “Top Brand Award” selama 4 tahun berturut-turut sejak tahun 2012 hingga 2015 dan berbagai penghargaan lainnya yang diraih Prudential (Sumber: www.topbrand-award.com , 2018).

Penghargaan “Top Brand Award yang diraih Prudential didapat dengan menggunakan tiga parameter penilaian yaitu *top of mind awareness*, *last used*, dan *future invention* (“Metodologi Survei”, 2013, p. 74).

Melalui berbagai penghargaan yang diraih Prudential menunjukkan Prudential memiliki *kualitas layanan* yang positif dan dikenal baik oleh masyarakat dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya. Selain itu, penghargaan yang diraih Prudential juga menunjukkan apresiasi masyarakat kepada Prudential dan kepercayaan masyarakat kepada Prudential. Saat ini, Prudential memiliki 327 kantor keagenan resmi dan melayani lebih dari 2 juta nasabah. (Sumber: www.prudential.co.id).

PT Prudential Life Assurance Indonesia merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah group perusahaan jasa keuangan terkemuka dari Inggris yang mengelola dana sebesar lebih dari US\$ 510 miliar dan melayani lebih dari 21 juta nasabah di seluruh

dunia. Perusahaan ini juga yang pertama kali meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) di Indonesia, yaitu tahun 1999. (Sumber: www.prudential.co.id , 2018)

PT Prudential Life Assurance Indonesia menyediakan berbagai produk yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia. Adapun produk-produk PT Prudential Life Assurance di Indonesia:

1. PRUlink assurance account plus
2. PRUlink investor account
3. PRUlink syariah assurance account
4. PRUlink syariah investor account
5. PRUlink fixed pay
6. PRUhospital care
7. PRUaccident plus
8. PRUprotector plan
9. PRUuniversal life
10. PRUlife cover

TABEL 1.1

Data pendapatan premi asuransi di Indonesia Tahun 2013-2016

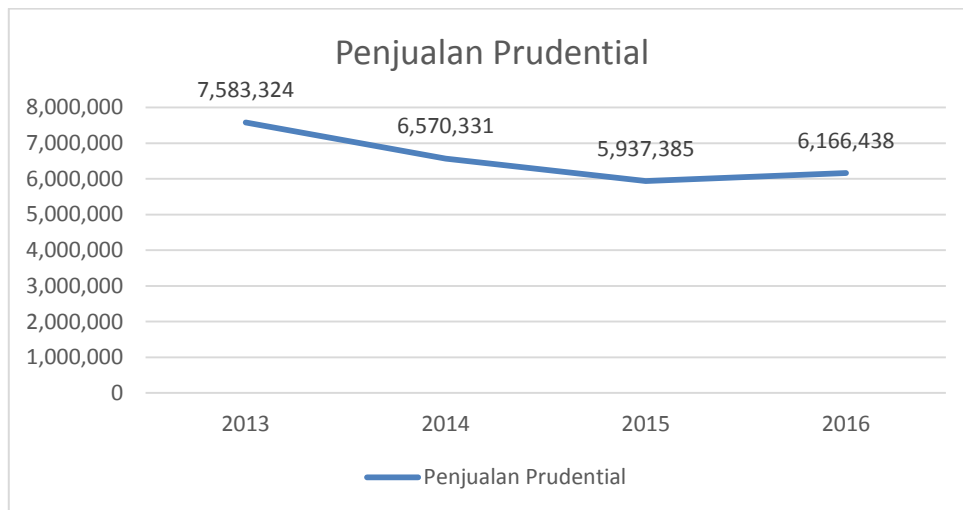
No	Nama	Pendapatan Premi (Juta Rp)			
		2013	2014	2015	2016
1	PT <i>Prudential Life Assurance</i>	7, 583,324	6,570,331	5,937,385	6,166,438
2	PT Asuransi Jiwa <i>Manulife</i>	4.391.828	2.040.575	3,751,228	3,751,228
3	PT Axa Mandiri <i>Financial</i>	1.024.224	1.000.273	2,436,424	2,393,193
4	PT AIA Finansial	622.867	715.619	3,940,712	4,732,299
5	PT Asuransi Allianz <i>Life</i>	359.735	513.599	2,635,118	3,294,789
6	PT Asuransi Jiwasraya	268.189	457.242	2,609,582	3,635,059
7	PT Asuransi Jiwa <i>Sequis Life</i>	307.309	386.737	1,149,564	1,520,666

Total	13.155.183	11.684.376	22.460.013	23.339.67
-------	------------	------------	------------	-----------

Sumber: Diolah dari Frontier publikasi, 2017

Terlihat dari data di atas, total pendapatan dari 7 asuransi besar yang ada di Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015, Prudential mengalami peningkatan pada tahun 2015 dan 2016, namun terjadi fenomena menarik pada pendapatan di perusahaan prudential, berikut data pendapatan secara grafik di prudential:

TABEL 1.2
Grafik Penjualan Prudential



Sumber : Data Diolah Peneliti, 2018

Terlihat pada tahun 2013 premi prudential ada di angka 7,583,324 lalu menurun pada tahun 2014 pada angka 6,570,331 dan turun lagi pada tahun 2015 di angka 5,937,385 walaupun pada tahun 2016 naik ke angka 6,116,438. Walaupun premi Prudential paling tinggi dibanding dengan perusahaan asuransi lain, namun premi Prudential mengalami penurunan setiap tahunnya atau cenderung fluktuatif.

Dengan premi yang cenderung fluktuatif dan mengalami penurunan setiap tahunnya, data top brand award dari kelas asuransi menunjukkan Prudential tetap menjadi brand yang baik dengan selalu ada di *top ranking* setiap tahunnya. Berikut data top brand award pada tahun 2015-2017:

TABEL 1.3
Data Top Brand Tahun 2015-2017

Ranking	2015		2016		2017	
	MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI
1	Prudential Life Assurance	29.6%	Prudential Life Assurance	33,1%	Prudential Life Assurance	31,8%
2	AJB Bumiputera 1912	10.5%	AJB Bumiputera 1912	11,1%	AJB Bumiputera 1912	10,7%
3	AXA Mandiri	9.0%	Manulife Indonesia	7%	Manulife Indonesia	6,1%
4	Manulife Indonesia	8.0%	Jiwasraya	5,8%	Jiwasraya	5,8%
5	AIA Financial	6.1%	AXA Life Indonesia	3,7%	Allianz Life Indonesia	3,4%

6	Jiwasraya	5.8%	Allianz Life Indonesia	3,2%	AXA Life Indonesia	3,2%
---	-----------	------	---------------------------	------	-----------------------	------

Sumber: <http://www.topbrand-award.com> (2015-2017)

Berdasarkan tabel diatas bahwa layanan asuransi PRUDENTIAL adanya penurunan dalam penjualan, namun untuk kategori *Top Brand Award* layanan asuransi PRUDENTIAL selalu menjadi yang pertama.

Menurut hasil survey penulis lakukan selama praktek kerja lapangan diperusahaan layanan asuransi PRUDENTIAL (30 Mei 2018) diketahui bahwa adanya masalah dalam kualitas layanan yang diterapkan oleh perusahaan, antara lain dimensi – dimensi kualitas layanan pada perusahaan PRUDENTIAL ini kurang diperhatikan.

Penulis melakukan survey dengan metode pengamatan dan wawancara menilai bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan yang diterapkan pada perusahaan ini kurang baik, berikut ini adalah masalah yang didapat pada saat penulis melakukan praktek kerja lapangan:

a. Berwujud (*Tangible*)

1. Kondisi ruangan yang tidak nyaman contoh pendingin ruangan (AC) yang tidak berfungsi dengan baik.
2. Tidak adanya ruangan khusus untuk costumer berkunjung.
3. Keterbatasan ruang gedung yang sempit, contohnya seperti meja-meja komputer yang digunakan untuk menghitung dana-dana premi berdekatan dengan meja ruang tunggu costumer.

b. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

1. Jaminan awal perjanjian yang nasabah rasakan tidak merasakan kepuasan, contoh kasus ini seperti terlambatnya klaim tidak sesuai dengan perjanjian awal dengan costumer.

2. Tertanggung seringkali menuntut hal yang diluar tanggung jawab perusahaan, seperti persoalan klaim yang dituntut agar segera dicairkan padahal tertanggung belum melaksanakan perjanjian asuransi selama satu tahun yang tercantum dalam perjanjian, sehingga penanggung tetap harus melakukan pembayaran atas klaim tersebut.
 3. Terdapat hambatan antar agen perusahaan asuransi, yaitu penyetoran premi oleh tertanggung kepada agen asuransi, namun agen tidak menyetorkan ke rekening perusahaan asuransi.
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*)
1. Kemampuan para agen milenial atau baru yang masih belum memahami apa yang mereka tawarkan kepada calon costumer, membuat costumer sulit untuk dimengerti.

Berdasarkan hal-hal yang dijelaskan diatas serta untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Maka penulisan mengadakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIFE ASSURANCE PRUDENTIAL DI BANDUNG TAHUN 2018”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan yang dilakukan oleh PT.Prudential Life Assurance?
2. Bagaimana keputusan pembelian yang ada di PT.Prudential Life Assurance?
3. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen PT.Prudential Life Assurance?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan PT.Prudential Life Assurance.
2. Mengetahui keputusan pembelian pada layanan PT.Prudential Life Assurance.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian asuransi PT. Prudential secara signifikan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti mencoba memberikan bukti empiris mengenai strategi promosi dan bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan Prudential. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademik lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.

2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pimpinan perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian dalam hal ini Prudential untuk dapat dijadikan sebagai referensi dan juga bahan evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas produk yang akan diproduksi selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan di dalam penelitian, yang deskripsinya sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai proses dan metode-metode yang digunakan untuk mendukung penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil yang didapatkan setelah melalui segala tahapan penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah peneliti lakukan.