

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai

Yunita Hasrina^a

^a STIE APRIN, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen.Indonesia.Email: june_nita@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian -. This study aims to identify and analyze influence the quality of insurance services to the level of community satisfaction at PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai

Desain penelitian – The variables used in this study is quality services and level of satisfaction. The analytic technique used in this research is validity test, descriptive analysis, t test analysis, and regression analysis

Temuan – Service quality significantly influence the level of community satisfaction at PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai, because the magnitude of the significance value of 0,00 is much smaller than 0,05, so that between service quality and community satisfaction has asignificant relationship.

Keterbatasan penelitian -.

Value –.

Keywords : Quality of services and Level of satisfaction

Kabupaten Banyuasin mengalami kemajuan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, hal ini dapat terlihat dengan banyaknya investor asing yang berinvestasi di Sedulang Setudung dan pesatnya arus lalu lintas yang ada di kabupaten Banyuasin. Kemajuan yang terjadi tersebut berimbas pula kepada peningkatan kualitas yang harus diberikan pemerintah kepada masyarakat. Peningkatan kualitas ini salah satunya adalah peningkatan kualitas terhadap pelayanan lalu lintas, dalam hal ini pemerintah Kabupaten Banyuasin telah bekerja sama dengan jasa asuransi kecelakaan lalu lintas yaitu PT. Jasa Raharja KPJR unit Pangkalan Balai.

PT. jasa Raharja sendiri merupakan perusahaan untuk menangani pertanggung jawaban dalam bidang asuransi, seperti bertanggung jawab terhadap kendaraan dan penumpang.

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa asuransi terhadap tingkat kepuasan masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Suryani (2012: 18) Pengertian asuransi secara umum adalah perjanjian antara penanggung atau perusahaan asuransi dengan tertanggung atau peserta asuransi yang dengan menerima premi dari tertanggung, penanggung berjanji akan membayar sejumlah pertanggung jawaban manakala tertanggung:

- a. Mengalami kerugian atau kehilangan atas barang atau kepentingan yang diasuransikan karena peristiwa tidak pasti dan tanpa kesengajaan.
- b. Didasarkan atas hidup matinya seseorang.

C. Artur Wiliams JR *dalam* Ridwan (2015) menyatakan bahwa Asuransi adalah alat dimana resiko dua orang atau lebih dari dua atau perusahaan-perusahaan yang digabungkan melalui kontribusi premi yang pasti ataupun yang ditentukan sebagai dana yang dipakai guna membayar klaim.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian menyatakan bahwa, “Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerima premi oleh perusahaan asuransi sebagai

imbalan untuk memberikan penggantian tertanggung karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggungjawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”

Asuransi sebagai keuangan dalam bidang usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan dana publik, asuransi sebenarnya tidak berbeda dengan lembaga keuangan lainnya. Hanya saja perusahaan asuransi wajib melaporkan kinerja perusahaannya kepada publik. Dengan adanya jasa asuransi ini orang dapat mengalihkan pertanggunganan yang sedapat mungkin memperkecil risiko atas peristiwa yang mungkin akan dialami kepada pihak asuransi, dengan cara memberikan jaminan dan ganti rugi atas peristiwa yang dialami.

Tujuan asuransi pada pokoknya adalah mengalihkan risiko yang ditimbulkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan kepada orang lain yang bersedia mengambil risiko itu dengan mengganti kerugian yang dideritanya. Selain itu, jasa asuransi dapat mengurangi permasalahan ekonomi yang akan dihadapi apabila ada salah satu anggota keluarga menghadapi risiko atau peristiwa yang dialami (Kartika, 2013).

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Olsen dan Wyckoff *dalam* Yamit (2010) Kualitas pelayanan merupakan perbandingan keinginan konsumen terhadap pelayanan yang nyata diberikan. Dengan kata lain, merupakan seberapa jauh perbedaan keinginan terhadap kenyataan pelayanan (Sudiarto, 2004).

Usaha yang bergerak dibidang jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang disuguhkan. Karena yang dijual oleh perusahaan jasa bukanlah barang, akan tetapi sebuah jasa yang dinilai dari kualitas pelayanan yang baik. Bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ujung tombak dari perusahaan jasa. Dengan kualitas pelayanan yang baik dapat mendatangkan konsumen yang lebih banyak.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsinya.

Menurut Tjiptono *dalam* Resihono (2011) mengemukakan tentang cara menerapkan strategi membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, antara lain sebagai berikut:

- a. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu system yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.
- c. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
- d. Implementasi adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan. Prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan konsumen, tidak memiliki kesenjangan.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan rasa yang diterima oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan. Dapat diartikan juga, pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima oleh konsumen (Riyanto, 2014: 9).

Pelayanan yang baik sering dinilai konsumen secara langsung baik dari orang yang melayani atau disebut penyedia jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen, kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Tujuan perusahaan jasa disamping untuk mendapatkan laba juga memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, baik itu dari segi kualitas maupun pelayanan yang mereka sediakan untuk pelanggan tersebut.

Menurut Kotler dalam Muttaqin (2013: 31-33) dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- b. Survei kepuasan pelanggan, artinya survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut :
 - 1) *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
 - 2) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.
 - 3) *Problem analysis*, artinya pelanggan yang dijadikan responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
 - 4) *Importance-performance analysis*, artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.
- c. *Ghost shopping* yaitu memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Kemudian melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan yang lebih baik.
- d. *Lost customer analysis*, artinya perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih perusahaan. Perusahaan berusaha untuk mengamati apa yang menyebabkan pelanggan bisa berpindah produk atau jasa lain.

Tingginya kepuasan pelanggan adalah faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam usahanya meningkatkan keunggulan bersaing. Bila Kepuasan Pelanggan terhadap barang/jasa jauh dibawah apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produsen/penyedia jasa dalam hal ini adalah perusahaan penyedia jasa asuransi.

E. Hipotesis

Menurut Aseptianova (2014: 30) Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris.

Pada penelitian ini hipotesis sementara adalah sebagai berikut:

Ha : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat

F. Tinjauan Teoritis

1. Jasa Asuransi

Jasa asuransi merupakan suatu jasa yang berfungsi memberikan perlindungan dan pertanggungjawaban kepada pihak tertanggung apabila terjadi resiko buruk di masa mendatang.

Menurut Suryani (2012: 18) Pengertian asuransi secara umum adalah perjanjian antara penanggung atau perusahaan asuransi dengan tertanggung atau peserta asuransi yang dengan menerima premi dari tertanggung, penanggung berjanji akan membayar sejumlah pertanggungjawaban manakala tertanggung:

- c. Mengalami kerugian atau kehilangan atas barang atau kepentingan yang diasuransikan karena peristiwa tidak pasti dan tanpa kesengajaan.
- d. Didasarkan atas hidup matinya seseorang.

C. Artur Wiliams JR *dalam* Ridwan (2015) menyatakan bahwa Asuransi adalah alat dimana resiko dua orang atau lebih dari dua atau perusahaan-perusahaan yang digabungkan melalui kontribusi premi yang pasti ataupun yang ditentukan sebagai dana yang dipakai guna membayar klaim.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian menyatakan bahwa, “Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerima premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian tertanggung karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggungjawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”

Asuransi sebagai keuangan dalam bidang usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan dana publik, asuransi sebenarnya tidak berbeda dengan lembaga keuangan lainnya. Hanya saja perusahaan asuransi wajib melaporkan kinerja perusahaannya kepada publik. Dengan adanya jasa asuransi ini orang dapat mengalihkan pertanggungjawaban yang sedapat mungkin memperkecil resiko atas peristiwa yang mungkin akan dialami kepada pihak asuransi, dengan cara memberikan jaminan dan ganti rugi atas peristiwa yang dialami.

Tujuan asuransi pada pokoknya adalah mengalihkan resiko yang ditimbulkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan kepada orang lain yang bersedia mengambil resiko itu dengan mengganti kerugian yang dideritanya. Selain itu, jasa asuransi dapat mengurangi permasalahan ekonomi yang akan dihadapi apabila ada salah satu anggota keluarga menghadapi resiko atau peristiwa yang dialami (Kartika, 2013).

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Olsen dan Wyckoff *dalam* Yamit (2010) Kualitas pelayanan merupakan perbandingan keinginan konsumen terhadap pelayanan yang nyata diberikan. Dengan kata lain, merupakan seberapa jauh perbedaan keinginan terhadap kenyataan pelayanan (Sudiarto, 2004).

Usaha yang bergerak dibidang jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang disuguhkan. Karena yang dijual oleh perusahaan jasa bukanlah barang, akan tetapi sebuah jasa yang dinilai dari kualitas pelayanan yang baik. Bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ujung tombak dari perusahaan jasa. Dengan kualitas pelayanan yang baik dapat mendatangkan konsumen yang lebih banyak.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsinya.

Menurut Tjiptono *dalam* Resihono (2011) mengemukakan tentang cara menerapkan strategi membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, antara lain sebagai berikut:

- e. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
- f. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu system yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.
- g. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
- h. Implementasi adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

Prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan konsumen, tidak memiliki kesenjangan.

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan rasa yang diterima oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan. Dapat diartikan juga, pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima oleh konsumen (Riyanto, 2014: 9).

Pelayanan yang baik sering dinilai konsumen secara langsung baik dari orang yang melayani atau disebut penyedia jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen, kepuasan pelanggan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Tujuan perusahaan jasa disamping untuk mendapatkan laba juga memberikan kepuasan kepada pelanggan mereka, baik itu dari segi kualitas maupun pelayanan yang mereka sediakan untuk pelanggan tersebut.

Menurut Kotler *dalam* Muttaqin (2013: 31-33) dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu:

- e. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- f. Survei kepuasan pelanggan, artinya survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut :
 - 5) *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
 - 6) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.
 - 7) *Problem analysis*, artinya pelanggan yang dijadikan responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi

berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- 8) *Importance-performance analysis*, artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.
- g. *Ghost shopping* yaitu memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Kemudian melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan yang lebih baik.
- h. *Lost customer analysis*, artinya perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih perusahaan. Perusahaan berusaha untuk mengamati apa yang menyebabkan pelanggan bisa berpindah produk atau jasa lain.

Tingginya kepuasan pelanggan adalah faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam usahanya meningkatkan keunggulan bersaing. Bila Kepuasan Pelanggan terhadap barang/jasa jauh dibawah apa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat terhadap produsen/penyedia jasa dalam hal ini adalah perusahaan penyedia jasa asuransi.

METODE PENELITIAN

1. Unit Penelitian

penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Jasa Raharja di Jalan Merdeka No. 24 Kelurahan Pangkalan Balai Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin

2. Variabel Operasional

- a. Kepuasan konsumen merupakan rasa yang diterima oleh konsumen atas pelayanan yang diberikan. Dapat diartikan juga, pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima oleh konsumen Disiplin Kerja adalah fungsi operatif keenam dari manajemen sumber daya manusia, merupakan fungsi operatif MSDM yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, semakin tinggi prestasi kerja yang dicapainya.
- b. Pelayanan yang baik sering dinilai konsumen secara langsung baik dari orang yang melayani atau disebut penyedia jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari jawaban atas daftar pertanyaan yang diberikan pada konsumen pada Kantor Pelayanan Jasa Raharja sebagai responden data ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2. Data Sekunder

Informasi yang diperoleh melalui data telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain, data sekunder dalam penelitian ini antara lain tentang Kantor Pelayanan Jasa Raharja itu sendiri.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu suatu cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung pada objek pengamatan dan gambaran nyata tentang keadaan perusahaan.
- b. Dokumentasi yaitu Teknik Pengumpulan Data dengan cara meminta dan mengumpulkan dokumen – dokumen tempat perusahaan yang diteliti.

- c. Interview yaitu Penulis melakukan wawancara pada pegawai dan konsumen di Kantor Pelayanan Jasa Raharja tersebut, guna menjamin kelengkapan data yang diperlukan.

5. Metode Analisis

Metode analisis dalam penelitian ini Uji Validitas, Analisis Deskriptif, Analisis uji t, Analisis Regresi. Untuk menganalisis data yang diperoleh dari lapangan guna menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu dengan cara menggambarkan pengelolaan kualitas produk dan kualitas pelayanan di, lalu dihubungkan dengan teori yang digunakan untuk mendapatkan jawaban atas masalah yang diajukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur benar-benar variabel yang hendak diteliti. Dengan kata lain, validitas berfungsi sebagai alat ukur pantas atau tidak pantas variabel-variabel tersebut untuk diteliti (Schindler *dalam* Wahyuni, 2014). Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan uji validitas dengan membagikan masing-masing 10 butir pertanyaan pada setiap variabel kepada 10 responden.

Pada uji validitas ini, digunakan korelasi *product moment pearson* pada SPSS 16.0. Jika nilai r hitung $>$ r tabel atau nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$, artinya semua indikator pada variabel bebas dan terikat adalah valid. Selanjutnya penyebaran indikator variabel pada kuesioner bisa diteruskan sampai pada 30 responden dan akan dilakukan uji lanjut. Hasil validitas kualitas pelayanan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel (X) memiliki nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$, maka semua pertanyaan dianggap valid. Oleh karena itu, pertanyaan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel (X) yang akan diteliti.

Sedangkan hasil perhitungan kepuasan masyarakat menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam variabel (Y) memiliki nilai $\text{sig } \alpha < 0,05$, maka semua pertanyaan dianggap valid. Oleh karena itu, semua pertanyaan pada variabel y dapat digunakan dalam pertanyaan.

B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan dasar dari analisis lanjutan yang berfungsi sebagai gambaran data yang akan dianalisis secara lanjut. Analisis deskriptif meliputi mean, median, modus, kuartil, desil, presentil, dll. Pada analisis data dua variabel, ukuran statistik yang digunakan berupa luas penyebaran data yaitu rentang, rata-rata deviasi, serta variasi relatif (Hartono, 2008: 29-30). Statistik deskriptif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui gambaran data yang akan dianalisis.

Tabel 3.3 Hasil Analisis Deskriptif

	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Masyarakat
N	30	30
Mean	43.53	44.17
Median	44.00	45.00
Std. Deviation	4.666	5.553

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Pada Tabel 3.3 di atas menampilkan *mean* atau nilai rata-rata pada kualitas pelayanan 43,53 dan *mean* pada kepuasan masyarakat 44,17, sedangkan N untuk masing-masing sel ada 30, pada standar deviasi untuk kualitas pelayanan 4,666 dan standar deviasi untuk kepuasan masyarakat 5,553. *Mean standar error* untuk kualitas pelayanan 0,852, sedangkan untuk *mean standar error* kepuasan masyarakat 1,014.

C. Analisis uji t

Uji t merupakan uji statistik yang berguna untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan dari dua variabel yang dikomparasikan. Jika $t_0 \geq t_t$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Namun, jika $t_0 < t_t$ maka (H_0) diterima (Hartono, 2008: 146-147). Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independent dapat mempengaruhi variabel dependent. Korelasi antara kedua sampel, dimana terlihat angka korelasi keduanya sebesar 0,919 dan angka signifikansinya 0,00. Pengambilan keputusan didasarkan pada hasil probabilitas yang diperoleh, yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis nihil diterima dan apabila jika probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis nihil ditolak.

Besarnya angka signifikansi 0,00 jauh lebih kecil dari 0,05. Berarti hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat ditolak, dengan kata lain antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat memiliki hubungan yang signifikan atau ada pengaruh secara nyata antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat.

D. Analisis Regresi

Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika besaran variabel bebas dapat diketahui, maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya (Hartono, 2008: 93). Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menentukan perubahan variabel satu dengan variabel yang lain. Dalam hal ini regresi dilakukan untuk menentukan pengaruh yang terjadi antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y). Penelitian ini mengetahui bagaimana besarnya persentase kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan masyarakat (Y).

Besarnya persentase pengaruh variabel bebas atau variabel prediktor terhadap variabel terikatnya. Besar koefisien determinasi (R Square) adalah 0,844 mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (independent) terhadap perubahan variabel dependent adalah 84,4%.

Sedangkan 16,6% (100%-84,4%) dipengaruhi oleh variabel lain selain kualitas pelayanan. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar hubungan di antara variabel yang diteliti, maka dapat dilihat dari nilai R (koefisien regresi). Tabel di atas menunjukkan nilai $R = 0,919$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat adalah sebesar 0,919 dan menunjukkan pengaruh yang kuat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai berdasarkan rumusan masalah dan perhitungan dari metode analisis dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai karena besarnya angka signifikansi 0,00 jauh lebih kecil dari 0,05. Sehingga antara kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat memiliki hubungan yang signifikan atau ada pengaruh secara nyata antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa puas atau tidaknya masyarakat/konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan.
2. Bahwa variabel bebas memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat, yang berarti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan masyarakat di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa 84,4% dari variabel kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan 16,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain kualitas pelayanan yang tidak diteliti. Artinya kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan konsumen.

SARAN

Setelah dilakukan penelitian, analisis data dan pembahasan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai harus terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat, karena kualitas dari pelayanan yang diberikan itu sangat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen, dalam hal ini masyarakat Pangkalan Balai Banyuasin.
2. PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai juga harus paham bahwa kualitas pelayanan adalah prioritas dan seandainya masyarakat mengalami ketidakpuasan terhadap pelayanan yang mereka berikan, maka mereka dalam hal ini PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai harus melakukan evaluasi atas pelayanan yang diberikan tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Aseptianova. 2014. *Bahan Ajar Penelitian Pendidikan*. Padang: Sukabina Press.
- Assagaff, Sagaf Ibn Umar. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Serta Trust Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Diponegoro Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0*. Riau: Zanava.
- Indonesia, *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian*.
- Muttaqin, Ivan. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Diponegoro Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- PT. Jasa Raharja (Persero) Tbk. 2013. *Manual Administrasi Pelayanan Santunan & Pencegahan Kecelakaan dan Standar Prosedur Operasi Pelayanan Santunan & Pencegahan Kecelakaan*. Jakarta: PT. Jasa Raharja Persero.
- Resihono, Legowo Dwi. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Hotel Kusuma Kartika Sari. *Jurnal Politeknosains X* (1): 39-40.
- Ridwan, Mujib. 2015. *Pengertian Asuransi Menurut Para Ahli*. (online) (<http://www.walangkopo99.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-asuransi-menurut-para-ahli.html>, diakses pada 10 November 2016).
- Riyanto. 2014. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Grand Puri Water Park Bantul*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Negeri Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan.
- Sari, Kartika. 2013. *Pengenalan Asuransi*. (Online). (<http://www.kartika.staff.gunadarma.ac.id/12/01/2013>, diakses pada 31 Oktober 2016).
- Sudiarto. 2004. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Produk*. (Online). (<http://www.repository.widyatama.ac.id>, diakses pada 02 November 2016).
- Suryani, Ade Irma. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
- Wahyuni, Noor. 2014. *Uji Validitas dan Reliabilitas*. (Online). (<http://www.qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>, diakses pada 04 November 2016)

TENTANG PENULIS

Yunita Hasrina, lahir di Palembang 03 Juni 1982. Pendidikan terakhir saya adalah Master Manajemen pada Universitas Bina Darma Palembang tahun 2014. Saya pernah bekerja sebagai dosen tetap pada Politeknik Darussalam Palembang tahun 2014 sampai dengan 2017, kemudian pada tahun 2018 sampai dengan sekarang saya bekerja sebagai Dosen Tetap pada STIE APRIN Palembang, dan bergelar AA (Asisten Ahli). Penulis tertarik pada topik yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan, tentang investasi, saham. Penulis telah menerbitkan jurnal tentang "Analisis Pengelolaan Keuangan Rural

Infrastructure Support Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (RIS- PNPM) Di Organisasi Masyarakat Setempat (OMS) Kecamatan Tuah Negeri Kabupaten Musi Rawas”, jurnal tersebut diterbitkan pada Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Desember 2015. Email penulis: june_nita@yahoo.com.