

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, persaingan bisnis saat ini sedang kompetitif yang dimana banyak sekali perusahaan-perusahaan yang selalu mengembangkan perusahaannya baik dari segi kualitas, pelayanan, dan fasilitas yang membuat customer puas dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun terlepas dari itu semua, keberhasilan suatu perusahaan harus dilandasi dengan strategi pemasaran dan manajemen yang baik. Dalam mencapai kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan customer (tjiptono Dalam Gofur, 2019). Dengan adanya kualitas akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan dalam menjalin ikatan timbal balik yang saling menguntungkan satu sama lain. Dalam jangka panjang, ikatan semacam itu memungkinkan organisasi untuk memahami asumsi customer serta kebutuhan mereka secara menyeluruh. Selanjutnya organisasi sebenarnya ingin meningkatkan loyalitas peserta di mana organisasi memperluas pengalaman *customer* yang membuatnya menarik dan membatasi pengalaman klien yang tidak memadai. Dengan bantuan yang besar maka organisasi akan mau membina dengan baik sehingga klien yang menggunakan layanan tersebut akan kembali menggunakan layanan organisasi tersebut.

Kualitas pelayanan yang terbaik akan langsung berbanding lurus dengan tingkat loyalitas peserta, bahwa loyalitas peserta karena pelayanan dapat menjadi semacam pendapatan bagi tujuan dasar PT. Asabri Kantor Cabang Surabaya dalam memberikan pelayanan jasanya adalah untuk memenuhi dan memuaskan pelanggan di perusahaan-perusahaan yang lain. Semakin banyak jumlah peserta yang mempergunakan jasa pelayanan PT. Asabri Kantor Cabang Surabaya akan semakin menguntungkan perusahaan.

Dengan adanya kualitas dan *expectation* (harapan keinginan) yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan suatu kepuasan tersendiri bagi para peserta setelah peserta merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya atau dilayani, peserta akan membandingkan serta memberikan suatu *review* dalam pelayanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan apabila peserta merasakan puas dengan suatu pelayanan, mereka akan kembali dan dengan menggunakan jasa kita layani itu serta dapat memberikan rekomendasi yang baik atau *feedback* kepada orang lain untuk menggunakan jasa asuransi yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan bagaimana pentingnya kualitas suatu pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan yang baik, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan *expectation* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan juga aspek terpenting yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Perusahaan juga memerlukan suatu strategi yang bagus untuk memperoleh kepuasan dari peserta salah satu cara yang tepat untuk mendapatkan kesan dari peserta adalah dengan memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik serta dapat memenuhi harapan peserta sehingga peserta merasakan puas karena jasa dari Perusahaan. Kualitas dan harapan peserta menjadi hal yang berguna bagi perusahaan karena itu dapat mempengaruhi meningkatnya atau menurunnya kualitas pelayanan terhadap peserta, sehingga dapat berpengaruh pada keuntungan perusahaan.

Selain kesan dari pelanggan, citra perusahaan dapat mempengaruhi. Menurut Gronroos dan Keller (dalam Saeng, 2021), citra perusahaan adalah persepsi dari suatu organisasi yang direkam di memori peserta dan berkerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Gronroos dalam Jafar (Dalam Saeng, 2021) mencirikan gambar tersebut sebagai penggambaran penilaian pembeli, baik potensial maupun kecewa. Penilaian mereka berubah-ubah, baik antar manusia maupun antar perkumpulan. Individu mengembangkan kerangka informasi (pemetaan) untuk menguraikan pandangan mereka terhadap organisasi. Menurut Bill Canton dalam (dalam

Khoirianingrum, 2018) memberikan pengertian citra sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata pelanggan, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas peserta terhadap perusahaan tersebut.

PT. Asabri Kantor Cabang Surabaya merupakan organisasi dimana PT. ASABRI merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ikut serta dalam perlindungan wajib yang diperintahkan oleh otoritas publik sebagai perusahaan asuransi yang membawahi program perlindungan TNI, Polri dan ASN di lingkungan Dinas Pengamanan dan Polri. sesuai pedoman tersebut tertuang dalam perintah Undang-undang Tidak Resmi Nomor 102 Tahun 2015 yang diubah menjadi PP Nomor 54 Tahun 2020 Tentang Perlindungan Sosial Bagi Pejuang TNI Militer Umum. Badan asuransi sosial yang mewajibkan seluruh anggota ABRI untuk mendaftar pada PT. Asabri membuat Asabri tidak memiliki pesaing bisnis karena berpusat pada bantuan pemerintah dari anggota ABRI dan pegawai pemerintah dari Dinas Perlindungan/Polri. Jadi titik fokus utama perusahaan asuransi ini adalah memberikan dukungan yang besar atas bantuan pemerintah kepada para anggotanya. Asabri memberikan 4 macam proyek yang sebaiknya dikerjakan oleh anggota Asabri, yaitu Dana Cadangan Usia Lanjut (THT) dan Tunjangan Anuitas (JP) yang dikerjakan oleh anggota serta Tunjangan Kecelakaan Kerja (JKK) dan Tunjangan Lulus (JKm) yang dibayar oleh Anggota. Otoritas publik.

Dari penjelasan diatas maka Peneliti mengambil dasar penelitian yang dilakukan sebelumnya yang berjudul ***“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CUSTOMER EXPECTATION TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIN SURABAYA”***. Adapun untuk objek penelitian dilakukan di PT. Asabri Cabang kota Surabaya karena dimana perusahaan tersebut yang merupakan perusahaan yang Khusus menglola program asuransi bagi Pensiunan TNI, POLRI, maupun PNS. Dalam melayani seseorang yang dalam artian sudah Lanjut usia yang dimana dalam melayaninya membutuhkan kesabaran dan perlunya etika yang dibutuhkan maka peneliti ingin mengambil judul terkait permasalahan yang muncul

yaitu “***KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER EXPECTATION DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA PADA PT. ASABRI KANTOR CABANG SURABAYA***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya ?
2. Apakah *Customer Expectation* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya ?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, *Customer Expectation* dan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang kota Surabaya ?

1.3 Batasan Masalah

Sedikitnya dalam penelitian ini membuat keterbatasan menjadi jelas :

1. Penelitian ini hanya memfokuskan peserta PT. Asabri Cabang Kota Surabaya yang tinggal di wilayah kecamatan kenjeran
2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, *Customer Expectation*, Citra Perusahaan serta 1 variabel terikat yaitu Kepuasan Peserta

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Customer Expectation* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya
3. Untuk Mengetahui dan menganalisis apakah Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Peserta pada PT. Asabri Cabang Kota Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, *customer expectation* dan citra perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan peserta pada PT. Asabri Cabang kota Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun hasil tersebut diharapkan sebagai berikut :

1. Tujuan Ilmiah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi dalam penelitian yang akan datang

2. Tujuan Kepentingan Terapan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh manajemen tempat peneliti mengadakan penelitian dalam menganalisis Kepuasan Pelanggan pada PT Asabri Cabang Kota Surabaya

1.6 Sistematika Penulisan

Didalam penyusunan proposal skripsi ini terdiri dari 3 bab yang tertuang dalam proposal skripsi ini. Sistematika penulisan adalah sebagai berikut ;

1. BAB I PENDAHULUAN

Bagian bab pertama memuat latar belakang masalah dan rumusan masalah. Selanjutnya terdapat batasan masalah digunakan untuk analisis tidak melenceng kerumusan masalah. Tujuan serta manfaat analisis memiliki beberapa manfaat yang perlu diambil.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bagian bab kedua memuat atas banyaknya konsep yang menunjang terhadap penelitian ini. Teori-teori tersebut diteliti lagi dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Sumber tidak hanya dari buku-buku referensi, tetapi juga dari sumber-sumber yang berhubungan dengan analisis tersebut.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian bab ketiga memuat metode yang yang digunakan dalam penelitian dan kerangka berpikir yang peneliti gunakan, serta hipotesis analisis penelitian.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab yang mencakup analisis hasil observasi, pengumpulan data dan pengelolaan untuk mencapai hasil yang tepat dalam penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

5. BAB V PENTUTUP

Bab yang berisi kesimpulan terkait pokok bahasan dan saran kepada pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan pengembangan lebih lanjut.