

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT SUN LIFE FINANCIAL  
CABANG KOTA MEDAN**

**Muhammad Rizqi Fithrah Harahap,**  
Program Studi Asuransi Syariah,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[rizqi16122000@gmail.com](mailto:rizqi16122000@gmail.com)

Rahmi Syahriza  
Program Studi Asuransi Syariah,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[rahmi.syahriza@uinsu.ac.id](mailto:rahmi.syahriza@uinsu.ac.id)

**ABSTRAK**

Penulisan ini tentang pengaruh kualitas pelayanan asuransi dalam memberikan kepuasan kepada nasabah di PT Sun Life Financial Kota Medan. Tujuan tugas ini adalah untuk mengetahui penerapan pelayanan pada PT Sun Life Financial dan mengetahui apa saja hambatan dalam penerapan pelayanan PT Sun Life Financial, metode yang digunakan melalui metode observasi yaitu melakukan pengamatan langsung pada PT Sun Life Financial dan studi kepustakaan dengan membaca beberapa buku, literatur, jurnal dan artikel. Berdasarkan data, hambatan yang sering dihadapi dalam melayani nasabah melalui telepon pada PT Sun Life Financial Kota Medan terdiri dari lima faktor yaitu, faktor alat, faktor pemakaian, faktor Bahasa, faktor waktu, dan faktor produk atau layanan. Penulis memiliki saran yang dapat dijadikan masukan bagi PT Sun Life Financial Kota Medan demi terciptanya perusahaan dengan pelayanan terbaik sesuai harapan nasabah, adapun saran tersebut adalah Pihak perusahaan perlu mengadakan training atau seminar bagi telemarketing, agar telemarketing dapat menguasai dan memahami product knowledge dan melakukan pelayanan terbaik bagi nasabah.

**Kata Kunci :** *Kualitas pelayanan, Kepuasan nasabah, PT. Sun Life Financial*

**A. PENDAHULUAN**

Manusia setiap waktu dihadapkan dengan sederet bahaya yang mengancam jiwa, harta, kehormatan, agama, dan tanah airnya. Manusia juga dihadapkan dengan beragam resiko kecelakaan, mulai dari kecelakaan transportasi udara, kapal hingga angkutan darat dengan beragam jenisnya, ditambah kecelakaan kerja, kebakaran, perampokan, pencurian, sakit hingga kematian. Belum lagi ditambah dengan ancaman mental, seperti kegelisahan mental, ancaman globalisasi ekonomi, dan lain sebagainya.

Usaha tersebut harus di naungi oleh sebuah badan, badan tersebut adalah asuransi. Keputusan nasabah memilih asuransi meliputi faktor produk, kualitas

pelayanan dan Besaran Premi. Dengan adanya faktor tersebut masalah yang dihadapi sebuah perusahaan asuransi adalah pemahaman nasabah terhadap asuransi agar meningkatnya jumlah nasabah setiap tahunnya dengan mengambil keputusan yang tepat terhadap perusahaan asuransi tersebut.

Produk yang akan dibeli pasti bermanfaat dan memiliki nilai. Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli suatu produk. Dengan kata lain, bahwa pemasaran itu pada akhirnya adalah bagaimana menimbulkan suatu asosiasi yang erat antara nasabah dengan produknya. Menciptakan hubungan yang erat antara nasabah dengan produk itulah yang menjadi masalah yang di hadapi oleh perusahaan dalam memasarkan produknya.

Dengan tingkat perkembangan teknologi yang semakin canggih, perusahaan dengan mudah memproduksi produk yang lebih baik dan cepat serta pada akhirnya produk yang beredar di masyarakat dapat melebihi dari yang di butuhkan. Hal ini menyebabkan nasabah di hadapkan pada produk yang sangat beragam dan memberikan alternatif dalam mengambil keputusan untuk memilih produk asuransi. Mowen berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas.

Di era persaingan yang semakin ketat ini, salah satu cara untuk mendapatkan nasabah yang loyal terhadap produk sangat sulit. Maka dari itu untuk mendapatkan pelanggan yang loyal perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk dengan harga yang murah dengan anggapan nasabah hanya mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian, anggapan ini tidak sepenuhnya benar. Nasabah sering kali memutuskan untuk memilih dan mengkonsumsi produk atau merek tertentu dalam rangka aktualisasi diri sekaligus sebagai sarana masuk dalam komunitas yang diharapkannya. Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah hingga sekarang ini karena didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, faktor Kualitas pelayanan dari perusahaan kepada nasabahnya sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk memilih asuransi syariah. Dengan adanya kualitas pelayanan maka nasabah akan merasa di hargai sebagai nasabah yang membayar kontribusinya tiap bulan, per tiga semester maupun pertahun. Kemudian nasabah dalam memilih asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah dengan menggunakan sistem Profit Sharing (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi nasabah untuk berinvestasi. Salah satu karakteristik Sun Life Financial Indonesia Syariah Medan adalah profit sharing (bagi hasil). Jika dalam mekanisme konvensional masih menggunakan instrumen bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument profit sharing (bagi hasil).

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pengambilan Keputusan

R. Terry mengemukakan setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternative yang mungkin. Proses tersebut meliputi penganalisaan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi penilaian dan seleksi terhadap alternatif yang ada, keputusan memilih dan perilaku setelah pemilihan. Perilaku konsumen menjadi hal-hal yang mendasari konsumen/nasabah untuk membuat keputusan pembelian. Adapun hal-hal tersebut adalah proses dan aktivitas ketika seorang konsumen berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pada hakekatnya, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

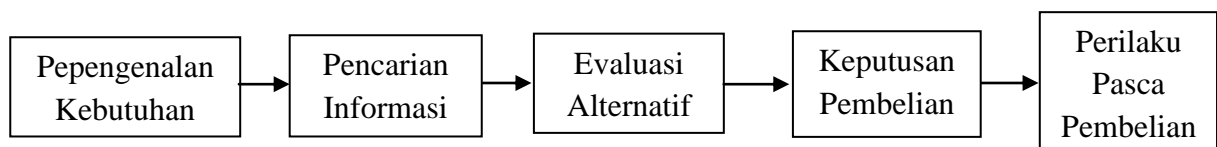
### Proses Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi atau merupakan langkah-langkah yang diambil untuk dapat mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang efisien. Dalam proses pengambilan keputusan bukanlah suatu instan yang artinya keputusan yang diambil terutama keputusan yang sifatnya penting tidak boleh tergesa-gesa, karena segala keputusan yang diambil akan diikuti baik buruk akibat dari keputusan tersebut tergantung pada kualitas keputusan tersebut. Menurut Hariadi langkah-langkah yang paling tepat dalam pengambilan keputusan adalah: a. Mengidentifikasi masalah; b. Mengidentifikasi alternatif-alternatif pemecahan masalah dan mengeluarkan alternative yang kira-kira layak untuk dilaksanakan; c. Mengidentifikasi semua biaya dan pendapatan yang berkaitan dengan alternatif-alternatif yang di pertimbangkan untuk dipilih dan dikeluarkan biaya-biaya yang dianggap tidak relevan.

### Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. pemasaran harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya keputusan pembelian.

Berikut ini menggambarkan proses pengambilan keputusan nasabah:



Gambar: Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Gambar di atas memperlihatkan bahwa nasabah melewati seluruh lima tahap itu untuk semua pembelian yang dilakukannya. Tetapi dalam pembelian yang lebih rutin konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan tahap ini. Meskipun demikian, kita menggunakan model gambar itu memperlihatkan semua

pertimbangan yang timbul ketika seseorang konsumen menghadapi situasi pembelian yang baru dan kompleks.

#### **Tipe- tipe Pengambilan Keputusan**

- a. Keputusan terprogram, jika bersifat berulang, rutin dan memiliki prosedur penanganan yang baku.
- b. Keputusan tidak terprogram, ketika benar-benar baru dan belum terstruktur. Tidak ada prosedur yang pasti dalam menghadapi masalah tersebut.
- c. Keputusan-keputusan dengan kepastian, resiko dan ketidakpastian.

#### **Kriteria dalam Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan dapat menggunakan beberapa kriteria pengambilan keputusan beretika atas paham manfaat (utilitarianism), fokus atas hak (right), berdasarkan asas keadilan (justice), fokus terhadap pemenuhan kewajiban (obligation), dan atas pandangan efek reputasi (reputation effect).

#### **Pengambilan Keputusan dalam Pandangan Islam**

Dalam islam perilaku seorang konsumen/nasabah harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah menifestasi zikir darinya atas nama Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak, supaya hidupnya selamat akhirat.

Dalam Firman Allah Swt dalam Qs. Al-Maidah (7): 100 yang berbunyi:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :Katakanlah (Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap pekara bermanfaat lebih baik dari pada banyak pekara haram yang menimbulkan mudharat. Orang-orang yang berakal akan menjauhi hal-hal yang haram dan akan menerima hal-hal yang halal yang cukup baginya. Hal itu akan memberikan keuntungan di akhirat kelak.

Prefensi pada apa yang disebut dengan thayyib (baik) dan yang halal dengan dihadapkan dengan sesuatu yang khabits (jelek) serta haram adalah salah satu cara yang dianggap baik untuk pengambilan keputusan yang sehat, dan sesuatu yang jelek tidak pernah sama. Bisnis yang menguntungkan selalu dberikan pada hal yang thayyib, meskipun dari kualitasnya lebih banyak dari yang jelek (khabits).

#### **Indikator Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah, menurut Kotler setiap keputusan mempunyai indikator yaitu:

1. Kemantapan sebuah produk Keputusan yang dilakukan nasabah setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
2. Kebiasaan dalam membeli sebuah produk Pengalaman yang terdekat (keluarga, teman) dalam menggunakan produk.
3. Memberikan Informasi kepada orang lain Penyampaian informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik melakukan pembelian.

4. Melakukan pembelian ulang Pembelian yang berkesinambungan, setelah nasabah merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

### **C. METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/kualitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diciptakan

### **D. HASIL PEMBAHASAN**

#### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT Sun Life Financial Cabang Kota Medan**

Dari teori yang yang dikemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Asuransi Sun Life Financial Indonesia Medan kepada nasabahnya dapat dikatakan baik. PT Asuransi Sun Life Financia Indonesia selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas. Dapat dilihat dari penelitian ini yaitu kualitas pelyanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih asuransi.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Astuti yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi. Kualitas pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan PT Asuransi Sun Life Financial Indoensia Medan kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak komplain yang diterima perusahaan menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kurang memuaskan, begitu pulak sebaliknya.

#### **Faktor-Faktor Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT Sun Life Financial Cabang Kota Medan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kualitas yang mempengaruhi minat nasabah memilih Asuransi Syariah pada PT Asuransi Sun Life Financial Indonesia Medan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor Produk yang terdiri dari 4 Indikator yaitu Fitur/informasi, Keandalan, Kesesuaian dan Pemahaman Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi. Dengan melihat pada tabel uji t dalam kolom Standardizes Coefficients. Ini membuktikan bahwasanya faktor produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih asuransi sebesar 28,9 % nilai ini membuktikan bahwa produk yang ditawarkan mampu menarik nasabah dalam mengambil keputusan nasabah memilih asuransi.
2. Faktor Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 4 Indikator yaitu Kehandalan, Jaminan, empati dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi. Dengan melihat hasil uji t sebesar 44,6%

dalam kolom Standardizes Coefficients yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka tingkat keputusan nasabah semakin tinggi pula. Dalam penelitian pada variabel kualitas pelayanan ini, keputusan nasabah memilih asuransi lebih dominan.

3. Faktor Besaran Premi yang terdiri dari 4 Indikator yaitu tarif, unsur premi, fungsi besaran premi dan pengelolaan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 37,5% dari tabel uji t dalam kolom Standardizes Coefficients terhadap keputusan nasabah memilih asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor besaran premi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi.
4. Keputusan nasabah yang terdiri dari 4 indikator yaitu Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, Evaluasi Alternatif dan Kepercayaan/Keyakinan secara simultan ketiga variabel yaitu faktor produk, kualitas pelayanan dan besaran premi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah. Kondisi ini ditunjang dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana sebagian besar responden menjawab setuju untuk semua pernyataan. Namun demikian, terdapat penurunan persentase pada pernyataan bahwa setelah mencari informasi lebih jauh nasabah ingin memilih asuransi syariah pada PT Asuransi Sun Life Financial Indonesia Syariah Medan. Untuk hasil uji determinasi besarnya  $R^2$  adalah 0,534 hal tersebut berarti 53,4 % variabel keputusan nasabah dipengaruhi variabel faktor produk, kualitas pelayanan dan besaran premi sedangkan sisanya 46,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal ini menunjukkan bahwa faktor produk, kualitas pelayanan dan besaran premi memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi Syariah pada PT Asuransi Sun Life Financial Indonesia Medan.

## **E. KESIMPULAN**

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT Sun Life Financial Cabang Kota Medan (a) Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa penyediaan informasi dengan indikator kejelasan prosedur-prosedur dan kejelasan biaya-biaya telah transparan. (b) Kemudahan akses informasi dengan indikator kemudahan mendapatkan informasi langsung maupun tidak langsung berada pada kategori cukup mudah. Upaya yang dilakukan oleh PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan Nasabah sejauh ini adalah penyampaian laporan pertanggung-jawaban yang memenuhi prinsip tepat waktu dan dapat diandalkan dan telah disahkan sesuai dengan UU yang berlaku dan yang telah diterima secara umum dan memudahkan mendapatkan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung di Kantor PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan.
2. Faktor-Faktor Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT Sun Life Financial Cabang Kota Medan. a. Faktor Produk yang terdiri dari 4 Indikator yaitu Fitur/informasi, Keandalan, Kesesuaian dan Pemahaman Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Asuransi. b. Faktor Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 4 Indikator

yaitu Kehandalan, Jaminan, empati dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi. c. Faktor Besaran Premi yang terdiri dari 4 Indikator yaitu tarif, unsur premi, fungsi besaran premi dan pengelolaan berpengaruh positif dan signifikan. d. Keputusan nasabah yang terdiri dari 4 indikator yaitu Pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, Evaluasi Alternatif dan Kepercayaan/Keyakinan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ar Rifa'i dan M. Nasib, (2005) Ringkasan Tafsir Ibnu katsir, Jakarta: Gema Insani.
- Asminar, Pengaruh Pemahaman, Transparansi dan Peran Pemerintah terhadap Motivasi dan Keputusan Membayar Zakat Pada Baznas Kota Binjai, At-Tawassuth, Vol. III, No. 3, 2017.
- Azharuddin Lathif, (2012) Hukum Perjanjian Asuransi Syariah, Jakarta.
- Departemen Agama Republik Inonesia, (1990) Al-Qur'an dan Terjemah, Madina: Al Karim Fahd.
- Husein Umar, (2003) Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler Philip, (1997) Manjaemen Pemasaran, Jakarta: Prembalindo.
- Muhammad Muflih, (1990) Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta: Grafindo Persada.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, (2008) Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rizky Dermawan, (2013) Pengambilan Keputusan, Bandung: Alfabeta.
- Zainuddin Ali, (2008) Hukum Asuransi Syariah, Jakarta: Sinar Grafika.