

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis asuransi di beberapa negara-negara berkembang sekarang ini mengalami perkembangan yang cukup baik walaupun pertumbuhan ekonomi dunia mulai melemah. Negara-negara berkembang kembali menunjukkan kontribusinya terhadap pertumbuhan premi asuransi umum di tingkat global salah satunya adalah Indonesia.

Perkembangan asuransi di Indonesia sekarang ini telah mengalami perkembangan yang meningkat setiap tahunnya sejalan dengan peningkatan *insurance minded* di kalangan masyarakat. Masyarakat Indonesia mulai memahami asuransi menjadi bagian dari kegiatan manajemen risiko yang memberikan jaminan dan proteksi terhadap harta benda dan jiwa seseorang sehingga berdampak pada pertumbuhan industri asuransi secara umum. Salah satu cara perusahaan asuransi ini dalam menarik pelanggan untuk bergabung dengan perusahaannya yaitu dengan cara menyediakan kemudahan pelayanan dalam membuat produk asuransi baik mulai dari proses pembuatan asuransi sampai pada proses pengajuan klaim asuransi tersebut.

Menurut Wulandari (2013:4) menyatakan bahwa “Klaim adalah proses pengajuan setelah bertanggung melaksanakan seluruh kewajibannya kepada penanggung, yaitu berupa penyelesaian pembayaran premi asuransi dengan kesepakatan sebelumnya”.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa seperti perusahaan asuransi diperlukan kualitas pelayanan yang sangat baik dalam melayani pelanggannya termasuk dalam pelayanan klaim asuransinya karena kualitas pelayanan jasa ini akan menjadi tolak ukur bagi pelanggan jika mereka akan menggunakan pelayanan yang sama namun tempat atau orang penyelenggara berbeda. Kualitas pelayanan ini dibangun atas adanya kesesuaian persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan sehingga hal ini akan menciptakan

suatu bentuk persepsi pelanggan yang berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan pernyataan Tjiptono dalam Sangadji dan Sopiah (2013:100) menyatakan bahwa:

“Apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk”.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan ini dapat diukur dengan beberapa dimensi kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2008:182) menyatakan bahwa:

“Pada salah satu studi mengenai SERVQUAL disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi pokok SERVQUAL yaitu terdiri dari Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*)”.

Di kota Palembang ada banyak perusahaan asuransi jiwa salah satunya yaitu PT Jasaraharja Putera Palembang. PT Jasaraharja Putera Palembang ini merupakan anak perusahaan dari PT Jasa Raharja (Persero) beralamat di Jalan Kapten A. Rivai No. 18, Palembang. Perusahaan ini bergerak dibidang pelayanan jasa asuransi dan mengalami perkembangan yang cukup pesat yang semula hanya ada beberapa produk asuransi sekarang telah memiliki banyak produk asuransi. Adapun produk-produk asuransi yang ditawarkannya yaitu JP-Astor (Asuransi Kendaraan Bermotor), JP-Aspri (Asuransi Pribadi) JP-Graha (Asuransi Aset Bangunan) dan JP-Bonding (Asuransi Proyek) dan produk-produk asuransi lainnya seperti pengangkutan, alat berat, rekayasa, dan kerangka kapal. Selain melayani pembuatan asuransi, PT Jasaraharja Putera Palembang juga melayani proses pengajuan klaim asuransi.

Pada proses pengajuan klaim asuransi ini PT Jasaraharja Putera Palembang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan untuk menunjang hal tersebut yaitu ruang tunggu, tempat parkir, toilet, mushollah untuk pelanggan, tempat untuk memfoto kendaraan yang rusak serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan dalam memproses data klaim asuransinya baik itu dalam

mencetak berkasnya ataupun menginput datanya ke sistem (Sistem *Go-Global*). PT Jasaraharja Putera Palembang kini sudah banyak melayani pelanggan yang melakukan klaim asuransi. Hal ini dapat dilihat dari laporan jumlah pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang periode tahun 2011-2015 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Laporan Jumlah Data Pelanggan yang Mengajukan Klaim Asuransi
Periode Tahun 2011-2015

Produk Asuransi	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
JP-Astor	624	754	921	695	663
JP-Aspri	350	287	355	270	247
JP-Bonding	7	1	3	6	2
JP-Graha	-	-	-	-	1
Pengangkutan	6	-	-	1	1
Rekayasa	3	1	1	5	-
Alat Berat	3	1	1	5	-
Rangka Kapal	1	-	-	-	1
Total	994	1044	1281	982	915

Sumber: PT Jasaraharja Putera Palembang, 2016

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masih terjadi kenaikan pada tahun 2011 sampai tahun 2013 walaupun kemudian mengalami penurunan pada tahun 2014 sampai Februari 2015. Hal ini menjelaskan bahwa pelanggan yang mengajukan klaim asuransi ini mengalami fluktuasi atau naik turun. Hal ini disebabkan pertama, JP Astor mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai 2013 dan mengalami penurunan pada tahun 2014 dan 2015, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya baik perusahaan atau seseorang dalam mengalami kerugian atau kerusakan pada kendaraan pribadi atau kendaraan kantor yang diasuransikannya. Kedua, JP Aspri mengalami penurunan pada tahun 2011 ke 2012 dan naik pada tahun 2013 sementara pada tahun 2014 dan 2015 mengalami penurunan kembali, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya seseorang dalam mengalami kecelakaan atau musibah yang menyebabkan mereka luka ringan, luka berat ataupun meninggal dunia.

Ketiga, JP Bonding mengalami penurunan dari tahun 2011 ke 2012 dan mulai meningkat pada tahun 2013 dan 2014 sementara di tahun 2015 mengalami penurunan kembali, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya masalah yang timbul dari pihak kontraktor kepada pemilik proyek yang dikerjakannya seperti kelalaian yang menyebabkan tidak tepat waktu dalam pengerjaan proyek dan lain-lain. Keempat, JP Graha tidak ada sama sekali orang yang mengajukan klaim dari tahun 2011 sampai 2014 kemudian pada tahun 2015 baru ada yang mengajukan klaim, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya perusahaan atau seseorang yang mengalami kerugian atau masalah pada gedung atau bangunan yang diasuransikannya.

Kelima, Asuransi Pengangkutan mengalami penurunan dari tahun 2011 sampai 2013 (di tahun 2012 dan 2013 tidak ada yang melakukan klaim) kemudian naik lagi pada tahun 2014 serta pada tahun 2015 kondisinya sama seperti di tahun 2014, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya kerusakan pada barang yang diangkut dari gudang pengeluaran barang sampai barang itu diterima di tangan konsumen. Keenam, Asuransi Rekayasa mengalami penurunan pada tahun 2011 sampai 2013, kemudian naik lagi pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 tidak ada yang melakukan klaim asuransi, kondisi ini karena ada atau tidaknya kerusakan atas pemasangan atau pengoperasian terhadap mesin dan alat yang diasuransikan oleh pihak perusahaan ke pihak asuransi.

Ketujuh, Asuransi Alat Berat mengalami penurunan pada tahun 2011 sampai 2013, kemudian naik lagi pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 tidak ada yang melakukan klaim asuransi, kondisi ini karena ada atau tidaknya kerusakan pada alat berat proyek yang diasuransikan oleh pihak kontraktor kepada pihak asuransi yang menjamin kerusakan alat berat tersebut. Kedelapan atau yang terakhir yaitu pada Asuransi Kerangka Kapal mengalami penurunan dari tahun 2011 sampai 2014 (di tahun 2012, 2013 dan 2014 tidak ada yang melakukan klaim) kemudian pada tahun 2015 mulai meningkat, kondisi ini karena dipengaruhi oleh ada atau tidaknya perusahaan

yang punya asuransi kerangka kapal ini mengalami kerugian atau kerusakan pada kapal yang diasuransikannya.

Selain itu, penulis juga melihat situasi dan menyebarkan angket awal kepada 20 orang responden yang melakukan klaim di PT Jasaraharja Putera Palembang. Berdasarkan hasil penyebaran tersebut banyak pelanggan menyatakan bahwa toilet dan tempat parkir kurang terpelihara dan kurang teratur, proses pengajuan berkas klaim berbelit-belit, dan sering terjadinya gangguan dalam menginput berkas ke sistem. Untuk itu, mengingat besarnya peranan kualitas pelayanan klaim asuransi dalam membentuk persepsi pelanggan, maka upaya-upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan jasa ke arah yang lebih baik harus dijalankan dengan baik sehingga dapat menimbulkan persepsi pelanggan yang positif dimasa yang akan datang.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Kesesuaian Kenyataan dan Harapan Kualitas Pelayanan Klaim Asuransi Pada PT Jasaraharja Putera Palembang Menurut Persepsi Pelanggan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimana kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan ?
2. Bagaimana kesesuaian kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan?
3. Dimensi kualitas pelayanan klaim asuransi manakah yang harus ditingkatkan dan dipertahankan oleh PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan data yang akan diambil untuk menyelesaikan laporan akhir ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas oleh penulis yaitu Kesesuaian kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan
2. Untuk mengetahui kesesuaian kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan
3. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan klaim asuransi mana yang harus ditingkatkan dan dipertahankan oleh PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan yang positif kepada PT Jasaraharja Putera Palembang untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dalam pengajuan klaim asuransi.
2. Sebagai peningkatan wawasan serta pengetahuan di bidang manajemen pemasaran terutama untuk mengetahui bagaimana kesesuaian kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang menurut persepsi pelanggan.
3. Sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian dimasa yang akan datang.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada PT Jasaraharja Putera Palembang dan yang menjadi objek penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang lebih dari 1 kali.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2009:101) menyatakan bahwa “Data adalah kumpulan angka, fakta, fenomena atau keadaan atau lainnya yang disusun menurut logika tertentu merupakan hasil pengamatan, pengukuran atau pencacahan dan sebagainya terhadap variabel dari suatu objek kajian yang berfungsi dapat digunakan untuk membedakan objek yang satu dengan yang lainnya pada variabel yang sama”.

Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam laporan akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2009:103). Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara membuat kuesioner kemudian disebarakan kepada responden. Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan yang melakukan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang lebih dari 1 kali.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2009:103). Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari PT Jasaraharja Putera Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan akhir ini yaitu:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2007:157).

Penulis melakukan wawancara dengan karyawan dari PT Jasaraharja Putera Palembang untuk mengetahui dan memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian.

b. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2007:162) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Penulis menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi dan data dari pelanggan PT Jasaraharja Putera Palembang. Kuesioner ini disebarkan selama satu minggu jam kerja (Senin-Jum’at) serta penyebaran kuesioner dilakukan pada saat ada pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang lebih dari 1 kali.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Yusi dan Idris (2009:62) menyatakan bahwa “Populasi adalah kumpulan elemen yang merupakan sumber data penelitian dari mana analisis akan dilakukan”. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang lebih dari 1 kali yang tidak diketahui jumlah populasinya karena disebabkan oleh kejadian yang akan terjadi kepada pelanggan yang akan melakukan klaim asuransi ini belum bisa diprediksi atau diketahui kapan kejadian itu terjadi sehingga populasinya tidak diketahui.

2. Sampel

Yusi dan Idris (2009:60) menyatakan bahwa “Sampel yaitu bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan cara-cara tertentu”.

Pada penelitian ini jumlah ukuran sampel yang akan diteliti diambil dari populasi jumlah pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang yang tidak diketahui jumlah populasinya sehingga pada penelitian ini, peneliti dalam menentukan jumlah sampel akan menggunakan rumus dari Naresh K. Malhotra.

Menurut Malhotra dalam Setiawan (2014:55) menyatakan bahwa “Penentuan ukuran sampel dari populasi yang ditetapkan sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian atau butir pertanyaan. Jumlah sampel (responden) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian”.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan butir pertanyaan dari setiap variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*). Dimana setiap variabel dimensi kualitas pelayanan tersebut terdiri dari 5 butir pertanyaan sehingga didapatkan total seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel yaitu 25 pertanyaan serta peneliti juga dalam menentukan jumlah sampel

menggunakan dikali 4 karena telah memenuhi syarat penentuan minimal jumlah sampel serta mengingat waktu, tempat dan biaya. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 25 butir pertanyaan X 4 = 100 pelanggan.

3. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2009:64) menyatakan bahwa “Teknik Sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi”.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu Sampling dengan menggunakan kriteria tertentu (*Purposive Sampling*). Menurut Putro (2009:44) menyatakan bahwa “*Purposive Sampling* adalah teknik yang memilih responden anggota populasi yang memenuhi kriteria tertentu”. Pada penelitian ini, penulis menentukan kriteria tersebut adalah pelanggan yang mengajukan klaim lebih dari 1 kali dan mengumpulkan datanya dari unit sampling yang akan dijumpai pada PT Jasaraharja Putera Palembang.

1.5.5 Teknik Analisis Data

Pada penulisan laporan akhir ini dalam menganalisis datanya dilakukan dengan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

1. Teknik Analisis Kualitatif

Teknik analisis kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun, karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya adalah dengan mengklasifikannya dalam bentuk kategori (Yusi dan Idris, 2009:102).

Pada penelitian ini, teknik kualitatif ini digunakan untuk menjelaskan analisis kualitas pelayanan dalam membentuk persepsi pelanggan ketika melakukan klaim asuransi pada PT Jasaraharja Putera Palembang.

2. Teknik Analisis Kuantitatif

Teknik analisis kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Yusi dan Idris, 2009:102). Metode analisis ini menggunakan persentase karena metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden dengan menggunakan rumus menurut Riduwan dan Akdon (2013:17-18) yaitu:

$$\text{Persentase Jawaban: } \frac{\text{Total Skor yang didapat}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

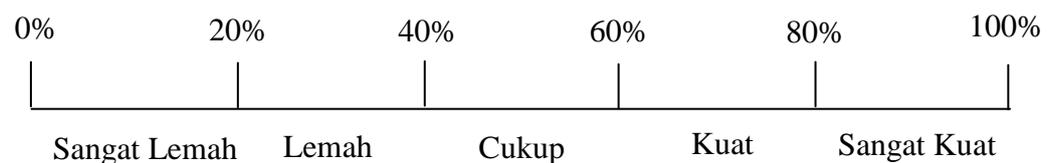
Total skor yang didapat = Jawaban Responden x Bobot Nilai
(1 Sampai 5)

Skor maksimal (skor ideal) = Sampel (Jumlah Responden) x 5
(Skala nilai tertinggi)

Tabel 1.2
Indeks Prestasi Skor

No.	Persentase Angka	Penilaian
1.	0%-20%	Sangat Lemah
2.	21%-40%	Lemah
3.	41%-60%	Cukup
4.	61%-80%	Kuat
5.	81%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Akdon, 2013



Gambar 1.1: Skala Indeks Prestasi Skor

Sumber: Riduwan dan Akdon, 2013

Setelah itu, data yang diperoleh kemudian diperhitungkan dengan menggunakan skala likert. Menurut Riduwan dan Akdon (2013:16) menyatakan bahwa “Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial”. Pada penelitian ini penulis menggunakan data kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan yang melakukan klaim asuransi di PT Jasaraharja Putera Palembang, dalam bentuk pertanyaan berupa tingkat harapan dengan kenyataan yang ada terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tingkat kebaikan responden terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan tentang kenyataan tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam angket ini diklasifikasikan nilai menurut skala likert sebagai berikut:

Tabel 1.3

**Skala Pengukuran Kenyataan Kualitas Pelayanan Klaim
yang diberikan oleh Perusahaan**

No.	Skala Pengukuran	Skor yang diberikan
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Supranto, 2011

Sementara, untuk tingkat kebaikan responden terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan mengenai harapan pelanggan tentang kualitas pelayanan dalam angket ini diklasifikasikan nilai menurut skala likert sebagai berikut:

Tabel 1.4
Skala Pengukuran Harapan Pelanggan tentang Kualitas Pelayanan Klaim yang diberikan oleh Perusahaan

No.	Skala Pengukuran	Skor yang diberikan
1.	Sangat Penting (SP)	5
2.	Penting (P)	4
3.	Cukup Penting (CP)	3
4.	Kurang Penting (KP)	2
5.	Tidak Penting (TP)	1

Sumber: Supranto, 2011

Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan pelanggan, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai kesesuaian antara harapan pelanggan (Variabel Y) dan kenyataan kualitas pelayanan yang diberikan (Variabel X) dapat menggunakan rumus menurut Supranto (2011:241) yaitu:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kenyataan kualitas pelayanan yang diberikan.

Yi = Skor penilaian harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Tabel 1.5
Kriteria Kesesuaian Kenyataan dan Harapan Kualitas Pelayanan

No.	Persentase Angka	Penilaian
1.	80%-100%	Kesesuaian Tinggi
2.	61%-79%	Kesesuaian Sedang
3.	<60%	Kesesuaian Rendah

Sumber: Suhardi, 2009

Selanjutnya, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor kenyataan sedangkan sumbu (Y) akan diisi oleh skor harapan pelanggan. Penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor untuk melihat kenyataan dan harapan kualitas pelayanan klaim menurut persepsi pelanggan dapat menggunakan rumus dari Nazir dalam Yusi dan Idris (2009:69) untuk menghitung rata-rata jawaban perdimensi yaitu:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad \bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{Y} = Skor rata-rata harapan pelanggan

\bar{X} = Skor rata-rata kenyataan kualitas pelayanan yang diberikan

n = Jumlah responden

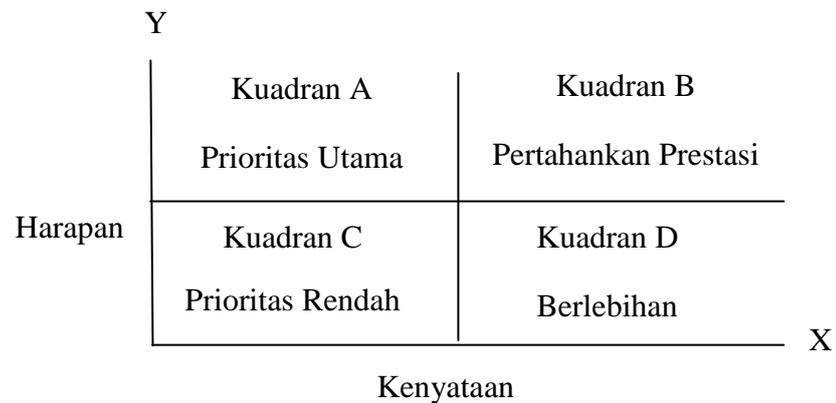
Menurut Supranto (2011:241) menyatakan bahwa “Diagram Kartesius merupakan bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik”. Dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K} \quad \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K}$$

Keterangan:

k: Banyaknya atribut faktor yang mempengaruhi harapan/persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan.

Selanjutnya tingkat unsur tersebut dijabarkan menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.2 : Diagram Kartesius

Sumber: Supranto, 2011

Keterangan:

Kuadran A : Kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi persepsi pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan harapan pelanggan sehingga mengecewakan/tidak puas.

Kuadran B : Kuadran ini menunjukkan unsur jasa pokoknya yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Kuadran C : Kuadran ini menunjukkan beberapa unsur faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Kuadran D : Kuadran ini menunjukkan unsur faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.