

LAPORAN PENELITIAN

PERBAIKAN KUALITAS JASA ASURANSI KENDARAAN DENGAN SERVQUAL DAN QFD



Disusun Oleh:

BAJU BAWONO, MT.

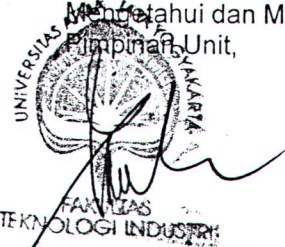
**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2014**

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN INTERNAL PERORANGAN
(Berdasarkan SK Rektor Nomor 101/HP/Per.Pen/2012)

1	Judul Laporan Penelitian	Perbaikan Kualitas Jasa Asuransi Kendaraan Dengan Servqual Dan QFD	
2	Kata Kunci (Inggris)	Quality Improvement, Servqual , QFD	
3	Jenis Kegiatan	Laboratorium/Lapangan	
4	Nama Ketua Peneliti	Baju Bawono, M.T.	
	Pangkat/Golongan	Pembina / 4 a	
	NPP/NIDN	06.622 / 0501047201	
	Jabatan	Kepala Laboratorium Bahan	
	Unit/Fakultas/Jurusan	Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta	
	Alamat	Jalan Pringgodani 5 Demangan Baru Yogyakarta 55281	
	No. Telp/Faks	08156856429 / 0274561 894	
	Email	bajubawono@gmail.com	
5	Lokasi Penelitian	Di Yogyakarta	
6	Jarak dari Kampus UAJY	3 (Km)	0,5 (Jam)
7	Waktu Pelaksanaan	Periode: 1 Semester	Waktu Efektif: 200 (Jam)
8	Berbeban SKS	Ketua: 2 (sks)	Anggota: 2 (sks)
9	Sesuai rencana unit	Sesuai rencana unit	Penelitian ini sesuai RIPU
10	Sesuai dengan track record pengusul	Sesuai dengan track record pengusul	Topik penelitian pada proposal ini sesuai dengan kompetensi dari peneliti di Material Teknik dan Pengendalian Kualitas
11	Biaya	Dana UAJY	Dana Pribadi Peneliti
		Rp 7.500.000	Rp. -
	Jumlah Total	Rp 7.500.000	
	Terbilang	Tujuh Juta Lima Ratus Ribu Rupiah	

Yogyakarta, 4 Juli 2014

Ketua Peneliti,

Mengetahui dan Menyetujui
Pimpinan Unit,

Fakultas
TEKNOLOGI INDUSTRI
Dr. A. Teguh Siswantoro, MSc
09.93.464 / 0521115901



Baju Bawono, M.T.
06.97.622 / 0501047201

Mengetahui dan Menyetujui
Ketua PPM,

Dr. H. Y. Djarot Purbadi, MT
NPP: 08.87.217/NIDN: 0516065701

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis diberikan petunjuk dan kekuatan dalam menyelesaikan laporan Penelitian pada Semester Genap 2013/2014 di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu kerjasama antara perusahaan dan pihak akademisi dalam rangka menjalin kerjasama membantu penyelesaian masalah di perusahaan atau instansi

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr. Ir. Y Djarot Purbadi M.T., selaku Ketua LPPM Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- b. Dr A Teguh Siswanto, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- c. Yosef Daryanto, S.T., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata semoga Laporan Penelitian ini ini dapat memberikan masukan bagi pihak industri dan memperluas kerjasama antara pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan Industri.

Peneliti

Baju Bawono, MT

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Lembar Pengesahan.....	2
Kata Pengantar.....	3
Daftar Isi.....	4
Daftar Tabel.....	5
Daftar Gambar.....	6
Intisari	6
Bab 1 Pendahuluan	8
1.1. Latar Belakang Masalah	8
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
Bab 2 Landasan Teori.....	9
Bab 3 Metodologi Penelitian.....	27
Bab 4 Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.1. Profil Perusahaan	31
4.2. Proses bisnis	32
4.3. Data Kuesioner pelanggan.	42
Bab 5 Hasil Dan Pembahasan.....	73
5.1. Analisis Data	73
5.2. Pembahasan	80
Bab 6 Kesimpulan dan Saran.....	88
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran	91
Daftar Pustaka.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perencanaan Gempa	16
Tabel 4.1.	Atribut Perancangan Pelayanan Asuransi Bermotor	31
Tabel 4.2.	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner.....	36
Tabel 4.3.	Rekapitulasi Jumlah Responden untuk Kuisisioner.....	36
Tabel 4.4.	Rencana Jumlah Target Kuisisioner.....	38
Tabel 4.5.	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner.....	38
Tabel 4.6.	Rekapitulasi Hasil Kuisisioner yang Dapat Diolah.....	39
Tabel 4.7.	Hasil Pengujian Validitas	40
Tabel 4.8.	Profil Responden	40
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Diskriminan.....	44
Tabel 4.10.	Hasil Uji Signifikansi dan Perhitungan Tingkat Kepentingan	46
Tabel 4.11.	Delapan Atribut Desain Terpenting	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Penilaian Pelanggan terhadap Kualitas Jasa.....	12
Gambar 2.2.	Model Kualitas Jasa.....	13
Gambar 2.3.	Model Kano.....	14
Gambar 2.4.	Matriks <i>House of Quality</i>	17
Gambar 2.5.	Hirarki Matriks QFD Perancangan Jasa	18
Gambar 3.1.	Metodologi Penelitian	27
Gambar 3.2.	Rancangan Penelitian	27
Gambar 3.3.	Perancangan dan Pengumpulan Data	28
Gambar 4.1.	Pohon Keputusan.....	49
Gambar 4.2.	Analisis Fungsi.....	50
Gambar 4.3.	Matriks Rumah Kualitas.....	57
Gambar 4.4.	Matriks Pembobotan Kriteria Desain.....	60
Gambar 4.5.	Matriks Perencanaan proses.....	63
Gambar 4.6.	Matriks Perencanaan Subproses.....	65

INTISARI

Saat ini perkembangan sektor jasa di Indonesia semakin meningkat dan kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi cukup besar bila dibandingkan sektor lainnya. Oleh karena itu, kualitas sistem pelayanan industri jasa harus selalu ditingkatkan karena akan menjadi salah satu faktor peningkatan keunggulan kompetitif. Metode yang dapat ditempuh adalah dengan menganalisis ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan jasa yang diberikan. Pihak penyedia jasa akan dapat memperbaiki sistem pelayanannya berdasarkan data masukan mengenai karakteristik kebutuhan pelanggan. Sehingga akhirnya dapat dirancang dan dikembangkan suatu sistem pelayanan yang lebih baik.

Dalam penelitian dimulai dengan usaha untuk mengetahui persepsi, preferensi, dan ekspektasi pelanggan terhadap atribut-atribut desain sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi yang diterima pelanggan. Hasil analisis tingkat kepentingan dan uji signifikansi antara nilai preferensi dan persepsi, menunjukkan atribut *proses perbaikan kendaraan cepat, tepat, dan berkualitas baik* dan atribut *pelayanan bantuan selama 24 jam* dipilih untuk memasuki tahap desain yang lebih detail karena kedua atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi serta mendukung peningkatan kualitas pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor.

Dengan metode QFD (*Quality Function Deployment*), maka karakteristik teknis, proses, subproses dan spesifikasi fungsi yang diperlukan dalam sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor dapat diketahui. Untuk menghasilkan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas, pihak perusahaan harus memiliki prosedur yang baik mulai dari pendaftaran peserta asuransi, penandatanganan akta perjanjian, pembayaran sejumlah dana premi, proses klaim, pemberian ganti rugi/pertanggungan. Dengan penerapan prosedur yang baik seperti dalam tugas akhir ini, serta hasil rancangan sistem pelayanan maka diharapkan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor akan semakin berkualitas sehingga dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kata kunci: asuransi, preferensi, persepsi, ekspektasi, QFD

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Permasalahan

Beberapa tulisan dan penelitian yang ada di bidang perancangan dan pengendalian kualitas sebagian besar ditujukan pada industri manufaktur yang menghasilkan produk. Padahal industri jasa merupakan bagian yang paling dominan dari suatu sistem ekonomi, yaitu lebih dari 70% pekerjaan berada di bidang jasa, dan angka ini akan terus bertambah (Mitra, 1998).

Kualitas produk atau jasa didefinisikan sebagai kesesuaian atau kecocokan untuk digunakan yang didefinisikan oleh konsumen (Mitra, 1998). Di sini terlihat bahwa konsumen adalah sebagai pihak penentu yang menentukan tingkat kualitas dari suatu produk atau jasa. Kriteria kualitas suatu produk atau jasa sangat tergantung pada persepsi konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

Suatu kenyataan yang membuat evaluasi dan pengukuran tingkat kualitas menjadi sukar untuk industri jasa adalah adanya aspek persepsi konsumen yang terlibat pada *delivery* jasa. Di dalam industri manufaktur, tingkat kualitas penerimaan produk dapat dikualifikasikan dengan mudah (misalnya proporsi produk cacat). Di dalam industri jasa, sukar untuk mengkualifikasikan kepuasan konsumen. Kesukaran-kesukaran itu timbul karena berhubungan dengan persepsi manusia yang subjektif serta ada perbedaan perilaku antar manusia. Harvey (1998) mengatakan bahwa kualitas jasa *intangible* sehingga pengukuran kualitas jasa secara objektif adalah sulit. Penilaian secara subjektif berasal dari kuisisioner responden dan penyedia pelayanan jasa.

Melihat kesulitan-kesulitan dalam evaluasi dan pengukuran tingkat kualitas industri jasa, maka perlu dikembangkan suatu teknik yang dapat diterapkan untuk peningkatan kualitas industri jasa.

Berbicara tentang asuransi mobil, dewasa ini ada banyak jenis asuransi yang ditawarkan di pasar. Namun, tidak semua asuransi mobil berani memberikan jaminan terhadap risiko huru-hara, khususnya dari kerusakan atau terorisme. Dewasa ini, di Indonesia industri asuransi mulai mengembangkan diri dari semula model penggantian dilakukan hanya kepada kendaraan yang rusak/hilang saja, dengan tambahan perluasan jaminan seperti terhadap peristiwa huru hara, kebakaran, pemboman, bahkan banjir. Karena semakin banyak bermunculan industri asuransi yang menawarkan berbagai keunggulan, maka perlu dicari model asuransi yang terbaik. Terbaik di sini adalah dari sudut pandang perusahaan asuransi maupun bagi pemegang polis asuransi.

1.2.Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa untuk merancang jasa sistem pelayanan, maka harus ditentukan terlebih dahulu atribut-atribut penting pada desain jasa sistem pelayanan asuransi. Langkah selanjutnya mengidentifikasi ekspektasi pelanggan terhadap jasa sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor dan kemudian mengembangkan desain berdasarkan data-data yang diperoleh.

Oleh karena itu, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu *Pengidentifikasian kebutuhan dan ekspektasi pelanggan terhadap sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang didapat dari jawaban kuisisioner dari pelanggan, dan kemudian melakukan perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang dapat memenuhi persepsi dan ekspektasi berdasarkan data-data yang didapat dari pelanggan tersebut.*

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- Mengidentifikasi atribut perancangan sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor.
- Menghitung ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor.
- Mengembangkan metode peningkatan kualitas jasa asuransi secara umum dengan QFD. Penelitian dilakukan dengan menganalisis beberapa industri jasa asuransi yang ada di Indonesia, seperti Asuransi Garda Oto, Simas Mobil, Central Asia, dan sebagainya.
- Merancang sistem pelayanan pada asuransi kendaraan bermotor yang memenuhi ekspektasi pelanggan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan dibatasi pada:

- Industri jasa asuransi yang diteliti adalah jenis asuransi pada kendaraan bermotor khususnya pada mobil.
- Persepsi konsumen ditinjau pada prosedur pendaftaran, penandatanganan polis, pengajuan klaim, pelayanan perbaikan kendaraan di bengkel, serta pemberian ganti rugi asuransi.

1.5. Asumsi-Asumsi

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Penilaian (*assessment*) subjektif yang dilakukan dalam pengambilan data responden untuk sistem QFD adalah *valid*.
- Industri-industri jasa asuransi yang ditinjau dianggap menggunakan standar kualitas yang sama yaitu standar kualitas untuk perusahaan asuransi nasional (DAI: Dewan Asuransi Indonesia).
- Rate premi asuransi yang ditinjau adalah minimum sebesar 3% supaya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan tentang sistem pelayanan asuransi yang berkualitas baik antara lain pelayanan pemberian bantuan kepada pelanggan selama 24 jam.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Penelitian ini disusun sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan**, menjelaskan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan Penelitian.
- Bab II Landasan Teori**, berisi teori pendukung yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu tinjauan mengenai sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor, konsep kualitas jasa, *Quality Function Deployment*

- (QFD), cara mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, dan metode statistika untuk pengujian kuisioner.
- c. **Bab III Metodologi Penelitian**, menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan, desain penelitian, dan pendekatan penelitian.
 - d. **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**, berisi hasil-hasil pengumpulan data, pengolahan data secara statistik, dan desain sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.
 - e. **Bab V Analisis dan Pembahasan**, berisi analisis terhadap hasil-hasil pengolahan data dan desain sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor yang dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
 - f. **Bab VI Penutup**, berisi kesimpulan dan saran untuk arah penelitian selanjutnya.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Asuransi

Asuransi berasal dari kata *assurance* atau *insurance*, yang berarti jaminan atau pertanggungan. Pengertian asuransi adalah suatu kemauan dari seseorang untuk menetapkan kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti (substitusi) kerugian besar yang belum pasti. Usaha asuransi pada dasarnya adalah usaha bersama mirip koperasi. Di dalam usaha ini, setiap anggota (yang disebut sebagai pemegang polis asuransi) akan menyetorkan sejumlah uang pada suatu institusi/lembaga yang biasa disebut perusahaan asuransi. Sedangkan perusahaan asuransi akan memberikan penggantian kepada pemegang polis.

Ada bermacam-macam asuransi seperti asuransi jiwa, asuransi pendidikan, asuransi kesehatan, asuransi kebakaran, asuransi rumah, asuransi kendaraan bermotor. Asuransi kendaraan bermotor adalah suatu kontrak dengan pembayaran yang disetujui bersama oleh penanggung (perusahaan asuransi) yang harus membayar kepada tertanggung (orang yang mengasuransikan kendaraan bermotor) berupa sejumlah uang sebagai pengalihan resiko keuangan bila terjadi kecelakaan, kehilangan, atau kerusakan pada kendaraan bermotor yang diasuransikan.

Asuransi ini merupakan penggantian sejumlah uang jika terjadi musibah pada sesuatu yang diasuransikan. Penggantian ini bisa sebagian atau seluruh biaya yang harus dikeluarkan pemegang polis oleh perusahaan asuransi. Penggantian ini disebut juga pertanggungan. Besarnya pertanggungan, tergantung pada jumlah uang yang disetor setiap periode (premi) dari pemegang polis asuransi. Periode pembayaran premi ini bisa dalam bulanan, triwulan, atau tahunan. Uang pertanggungan ini nantinya bisa diberikan kepada pemegang polis langsung atau ahli waris yang ditunjuk (misal pada asuransi jiwa).

2.2. Istilah-istilah yang dipergunakan dalam Asuransi

1. Penanggung: adalah perusahaan asuransi yang menanggung resiko jika terjadi musibah pada sesuatu yang ditanggungkan.
2. Pemegang polis: adalah seseorang yang mengadakan perjanjian asuransi kendaraan bermotor dengan berkewajiban membayar sejumlah premi.
3. Polis: adalah akta perjanjian asuransi kendaraan bermotor sesuai yang tercantum dalam polis yang ditandatangani oleh kedua belah pihak yaitu pemegang polis dan penanggung.
4. Uang pertanggungan: adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh perusahaan sebagai akibat ada kejadian terhadap barang yang ditanggungkan (kendaraan).
5. Premi: adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pemegang polis kepada penanggung atau perusahaan asuransi.

2.3. Konsep Kualitas Jasa

Seperti halnya dengan produk, jasa juga harus diperhatikan dari segi kualitasnya agar kepuasan pelanggan dapat mencapai tingkat yang maksimal. Tetapi pengukuran kriteria kualitas antara jasa dan produk berbeda. Hal ini disebabkan karena terdapat 3 perbedaan mendasar antara jasa dengan produk, ketika jasa dan produk tersebut diproduksi, dikonsumsi serta dievaluasi (Parasuraman, 1990), yaitu:

1. Jasa adalah sesuatu yang tidak terlihat secara fisik. Jasa berbentuk performansi atau pengalaman dan bukan suatu objek.
2. Jasa (khususnya yang banyak menggunakan tenaga manusia) sangat heterogen, performansinya akan sangat bervariasi setiap saat, dari pelanggan yang satu ke pelanggan yang lain, dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lainnya, karena tidak adanya standarisasi.
3. Produksi dan konsumsi dari jasa tidak terpisah (terjadi pada tempat yang sama). Kualitas jasa terjadi selama proses *delivery*, saat terjadi interaksi antara pelanggan dengan penyedia jasa. Pelanggan jasa umumnya akan berada di tempat jasa diproduksi, dan melakukan observasi serta mengevaluasi proses produksi jasa tersebut.

2.3.1. Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas jasa lebih sulit untuk dievaluasi oleh pelanggan daripada kualitas produk. Karena itu, kriteria yang ditetapkan oleh pelanggan untuk mengevaluasi kualitas jasa akan lebih sulit. Sehingga perlu dilakukan pembagian kriteria untuk menilai kualitas jasa.

Di dalam tulisannya Parasuraman (1990) menyatakan bahwa terdapat 10 kriteria atau dimensi yang umum digunakan pelanggan untuk menilai kualitas jasa, kriteria ini berhasil diidentifikasi dari wawancara 12 grup responden yaitu:

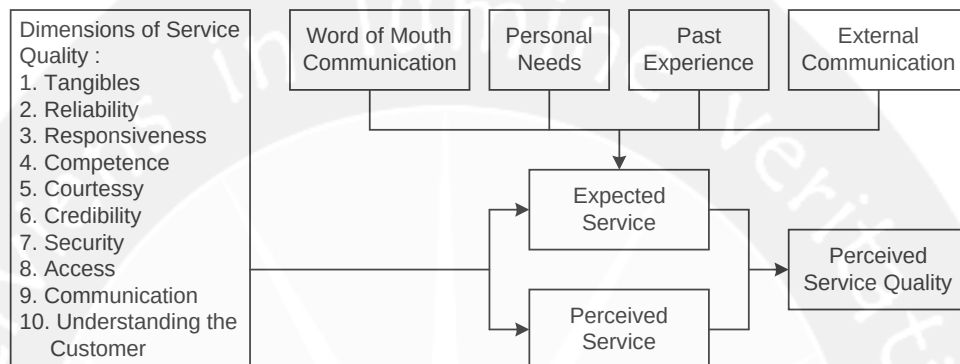
1. *Tangibles*, tampilan dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan alat komunikasi.
2. *Reliability*, kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara sesuai dan akurat.
3. *Responsiveness*, yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
4. *Competence*, yaitu memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan.
5. *Courtesy*, kesopanan, rasa hormat, pengertian, dan persahabatan dari karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan.
6. *Credibility*, kepercayaan, kejujuran dari pemberi jasa.
7. *Security*, kebebasan dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. *Access*, kemudahan untuk dicapai dan dihubungi.
9. *Communication*, menjaga pelanggan tetap mendapat informasi dengan bahasa yang mudah dipahami dan mendengarkan pelanggan.
10. *Understanding the Customer*, melakukan usaha untuk mengetahui karakteristik pelanggan dan kebutuhannya.

2.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspektasi Pelanggan

Tinggi rendahnya kualitas sebuah jasa tergantung dari perasaan pelanggan mengenai performansi aktual dari jasa tersebut dalam konteks

ekspektasi mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspektasi pelanggan dapat didefinisikan sebagai berikut (Parasuraman, 1990):

1. *Word of Mouth Communications*, yaitu apa yang didengar oleh pelanggan dari pelanggan yang lain.
2. Kebutuhan pribadi dari pelanggan, hal ini tergantung dari karakteristik individu dan lingkungannya.
3. Pengalaman masa lalu dalam penggunaan jasa tersebut.
4. Komunikasi eksternal dari pemberi jasa, contohnya: penggunaan iklan. Melalui komunikasi ini perusahaan dapat menyampaikan pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggan.



Gambar 2.1. Penilaian Pelanggan terhadap Kualitas Jasa

Sumber: Parasuraman, 1990

2.3.3. Penyebab Potensial Penurunan Kualitas Jasa

Penyebab utama dari terjadinya penurunan kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan (perbedaan antara ekspektasi dengan persepsi) dapat dibedakan menjadi 4 macam (disebut dengan *gap/kesenjangan*). Gap tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Gap 1: Gap Antara Ekspektasi Pelanggan dan Persepsi Manajemen**
Gap ini terjadi karena manajemen pada perusahaan jasa tersebut sebenarnya tidak mengetahui dengan pasti fitur jasa yang benar-benar kritis untuk memenuhi kepuasan pelanggan.
2. **Gap 2: Antara Persepsi Manajemen dan Spesifikasi Kualitas Jasa**
Gap ini terjadi karena adanya kesulitan pihak manajemen perusahaan untuk menerjemahkan pemahaman mereka tentang ekspektasi pelanggan ke dalam spesifikasi kualitas jasa. Kesulitan untuk membuat standar performansi yang tepat disebabkan karena perusahaan kekurangan tenaga ahli serta karena besarnya fluktuasi permintaan pelanggan untuk jasa yang ditawarkan.
3. **Gap 3: Antara Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian Jasa**
Gap ini terjadi karena adanya ketidakinginan atau ketidakmampuan dari karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, standar jasa yang diterapkan tidak hanya menggambarkan ekspektasi pelanggan saja tetapi juga didukung oleh sumber daya (manusia, sistem, teknologi) yang mencukupi dan sesuai.
4. **Gap 4: Antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal**

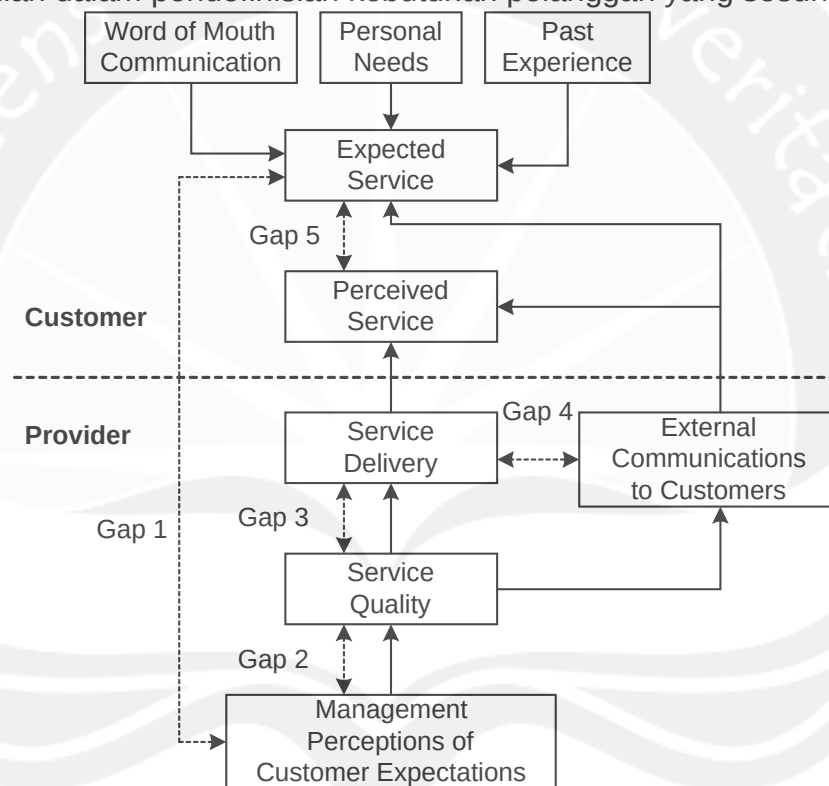
Gap ini terjadi karena tidak adanya kesesuaian antara komunikasi eksternal yang dilakukan pihak perusahaan, yaitu janji perusahaan melalui iklan, dengan penyampaian jasa yang sebenarnya.

Besar kecilnya keempat gap di atas akan sangat mempengaruhi besar kecilnya gap antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan, yang dalam gambar di bawah ini (Gambar 2.2) disebut sebagai gap 5.

2.4. Cara Mengidentifikasi Kebutuhan Pelanggan

Kebutuhan manusia secara umum terdapat dua jenis, yaitu:

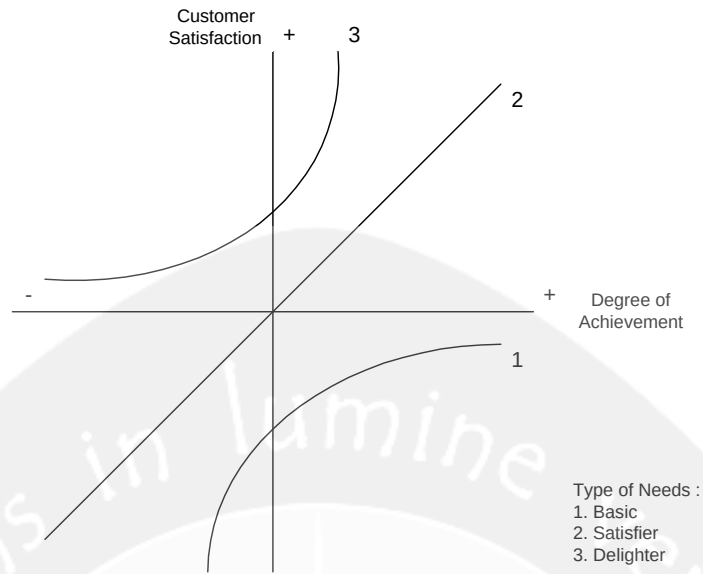
1. Eksplisit, kebutuhan yang dapat dikatakan langsung oleh pelanggan.
2. Implisit (laten), kebutuhan yang tidak disadari, tidak terucapkan langsung oleh pelanggan. Kebutuhan yang bersifat implisit juga merupakan masukan dalam proses perancangan, sehingga diperlukan kejelian dalam pendefinisian kebutuhan pelanggan yang sesungguhnya.



Gambar 2.2. Model Kualitas Jasa (Sumber: Parasuraman, 1990)

Setiap kebutuhan tidak diciptakan secara sama, dan usaha untuk memenuhi kebutuhan itu tidak menyebabkan dampak sama pada kepuasan pelanggan. Konsultan TQM Jepang, Noriaki Kano menggunakan sebuah model untuk menerangkan kondisi ini, yang biasa disebut Model Kano (gambar 2.3).

Pada Model Kano, sumbu horisontal memperlihatkan tingkat ekspektasi pelanggan yang berhasil dicapai, sedangkan sumbu vertikal memperlihatkan kepuasan pelanggan pada tingkat pencapaian tersebut. Terdapat 3 jenis kebutuhan pada model ini, yaitu:



Gambar 2.3. Model Kano (Sumber: Ramaswamy, 1996)

1. Kurva 1, menunjukkan ekspektasi dasar/standar dari pelanggan terhadap jasa. Tidak adanya atribut yang memenuhi kebutuhan ini, menyebabkan penurunan nonlinier yang tajam terhadap tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan.
2. Kurva 2, menunjukkan kebutuhan rasional, kenaikan pemenuhan kebutuhan jenis ini memberikan dampak kenaikan kepuasan secara linier. Kebutuhan eksplisit pelanggan berada dalam katagori ini.
3. Kurva 3, menunjukkan tipe kebutuhan menakjubkan (*delighter/ exciting*), pelanggan sendiri tidak menyadari adanya kebutuhan ini (kebutuhan implisit). Misalnya produk-produk inovatif yang memiliki atribut baru yang unik sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih dari yang diharapkan, dengan usaha/biaya sedikit dapat memberikan penghasilan/keuntungan yang besar. Atribut baru lama-lama dapat menjadi usang menjadi *basic needs*.

Untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan seperti di atas, terdapat 4 metode yang umum digunakan (Ramaswamy 1996), yaitu:

1. Survei dan riset pasar
2. Wawancara grup
3. Wawancara individual
4. Observasi

Keuntungan dari survei dan riset pasar adalah terkumpulnya informasi dalam jumlah yang banyak dengan usaha yang relatif ringan. Kelemahannya adalah data yang berhasil dikumpulkan tidak secara langsung menggambarkan suara pelanggan, karena pelanggan hanya menjawab pertanyaan dan mengevaluasi atribut-atribut yang terdapat dalam survai tersebut dan yang telah disediakan oleh perancang.

Wawancara pelanggan secara kelompok maupun individual dilakukan oleh lebih dari seorang penanya sehingga terdapat beberapa jenis catatan untuk menuliskan kebutuhan yang disebutkan oleh pelanggan. Penanya berusaha untuk mencatat pernyataan-pernyataan kebutuhan tersebut dengan bahasa pelanggan. Wawancara dengan fokus grup lebih

diutamakan karena kedinamisan grup dapat menghasilkan jumlah kebutuhan yang dapat dinyatakan jauh lebih besar bila dibandingkan dengan wawancara secara individual.

Observasi pelanggan dengan sistem pelayanan merupakan metode yang tepat untuk mengidentifikasi kebutuhan eksplisit dan dapat memahami motivasi di belakang pernyataan kebutuhan pelanggan. Metode ini memberikan informasi mengenai perilaku pelanggan di dalam konteks pengalamannya pada sistem pelayanan tersebut.

2.5. Quality Function Deployment (QFD)

QFD dikembangkan oleh Yoji Akao dan Katsuyo Ishihara dari *Matsushita Electric* tahun 1965. QFD didefinisikan sebagai sebuah metode untuk pengembangan sebuah perancangan kualitas yang bertujuan pada kepuasan konsumen dan menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam target perancangan dan penjaminan kualitas utama yang dipergunakan melalui tahapan produksi (Mazur, 1994).

Nama QFD mengekspresikan tujuan utama yaitu kepuasan konsumen (*Quality*), dengan menerjemahkan kebutuhan dalam sebuah perancangan dan jaminan pengorganisasian (*Function*) dengan bekerja sama secara sistematis memecah aktivitas ke dalam detail yang lebih baik yang dapat dihitung dan dikendalikan (*Deployment*).

QFD digunakan secara luas sejak tahun 1966 dengan tujuan mengorganisasi produk baru ke pasar secara lebih cepat, lebih baik, dan lebih murah. QFD dirancang untuk peningkatan kepuasan pelanggan mengenai produk atau jasa. QFD dipergunakan sebagai alternatif sistem kualitas tradisional. Ada perbedaan antara sistem kualitas tradisional dan modern. Pendekatan tradisional adalah penjaminan kualitas yang sering difokuskan pada kerja standar dan otomasi untuk mengurangi kecenderungan terjadi kesalahan manusia (*human error*). Di dalam sistem tradisional, yang terbaik didapat adalah tak ada sesuatu yang salah (*nothing wrong*). QFD sungguh berbeda dari sistem kualitas tradisional. QFD bertujuan meminimumkan kualitas negatif (seperti pelayanan yang buruk dan produk rusak). Sehingga, untuk menghilangkan kualitas negatif, harus dilakukan cara memaksimumkan kualitas positif (seperti sesuatu yang menyenangkan dan kemudahan penggunaan). Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

QFD semula difokuskan untuk penjaminan kualitas dalam pabrik yang melakukan proses produksi untuk mendapatkan barang seperti dirancang sebelumnya. Saat ini QFD berlanjut pada perbaikan kualitas kebutuhan pelanggan yang mendorong perancangan. QFD adalah sistem kualitas menyeluruh yang secara spesifik bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan. QFD ini difokuskan untuk memaksimumkan kepuasan pelanggan yang dapat diukur secara metrik. QFD difokuskan pada penyampaian nilai dengan mencari kedua kebutuhan yang terucap dan tak terucap, menjabarkan ke dalam tindakan dan perancangan, dan berkomunikasi dalam organisasi. Secara lebih lanjut, QFD membawa pelanggan untuk memprioritaskan kebutuhan, melakukan perbandingan

dengan kompetitor, serta mendorong optimisasi aspek-aspek produk dan organisasi yang membawa kepada keuntungan kompetitif yang besar.

Gemba (bahasa Jepang), adalah kata yang menjelaskan sumber informasi sebenarnya. Gemba merupakan tempat yang bernilai bagi pelanggan, dengan produk dan jasa sebenarnya dapat digunakan. Gemba dalam QFD digunakan untuk melihat secara nyata karakteristik pelanggan, permasalahan yang dihadapi, dan cara produk tersebut digunakan. Penggunaan Gemba dalam QFD dilakukan untuk melihat permasalahan pelanggan dan kesempatan yang timbul. Lebih lanjut, hal yang dapat dikerjakan adalah melakukan penyelidikan kontekstual, cara rekam video, cara rekam audio, pengamatan langsung, serta wawancara langsung dengan pelanggan. Kegunaan yang lebih lebih besar adalah mencoba membantu pelanggan untuk menjalankan bisnis lebih baik.

Ketika kunjungan konsumen beberapa kali, subjek sering lama berkonsultasi, tetapi singkat pada perangkat dan teknik penyelesaian. Sehingga perlu perencanaan kebutuhan Gemba untuk memaksimumkan nilai kunjungan. QFD, sebagai sebuah metodologi berbasis kualitas, membawa beberapa perangkat seperti *Seven Quality Control Tools*, *Seven Management and Planning Tools*, *Seven Product Planning Tools* dan beberapa perangkat lainnya. Seorang pelanggan memakai pedoman perencanaan dengan perangkat yang dikembangkan Mazur (1995) untuk membantu mencapai tujuan Gemba. Isu yang harus disepakati dalam kemajuan diringkas dalam tabel 2.1 di bawah ini.

Perangkat dan cara yang disajikan di sini adalah contoh dari produk dan pelayanan nyata, meskipun untuk beberapa kasus, produk masih dikembangkan dengan tak menutup pengetahuan yang masih tersembunyi. Di dalam tabel 2.2 ini, dijelaskan mengenai pembagian tugas, perangkat, tugas setiap perangkat, instruksi langkah demi langkah dalam menggunakan perangkat, dan studi kasus.

Tabel 2.1. Perencanaan Gemba

<i>Which</i>	<i>Who</i>	<i>When</i>	<i>Where</i>	<i>What</i>	<i>How</i>
<i>Customer to visit?</i>	<i>From your company should go?</i>	<i>Is the customer using your product?</i>	<i>Is the customer using your product?</i>	<i>Information do you need?</i>	<i>Will data capture d?</i>
<i>Employees at the customer</i>	<i>Has what roles</i>			<i>Problems / Opportunities are customer facing?</i>	<i>Will data be analyzed?</i>

Sumber: (Mazur, 1994)

Sekitar 70% kebutuhan pelanggan akan diperoleh sedikitnya dalam 10-12 kali kunjungan Gemba. Penambahan kunjungan tak akan berpengaruh banyak. Kunjungan Gemba ke 12 adalah cukup dekat untuk mendapatkan pernyataan kebutuhan sebesar 70% (Mazur, 1994), serta 30% sisanya berasal dari harapan yang tak terucap, serta pengalaman menakjubkan yang berasal dari suara pelanggan.

QFD dirancang untuk menghasilkan kepuasan konsumen dengan kualitas produk dan jasa. QFD merupakan pendekatan visual berdasar matriks sistematis untuk perencanaan produk dan jasa berkualitas. QFD didasarkan pada filosofi TQM bahwa produk dan jasa berkualitas tinggi dibedakan dengan standar kualitas yang melekat pada semua aktivitas siklus hidup. Spesifikasi kebutuhan kualitas dan penyebaran kualitas produk dan jasa dimulai seawal mungkin dalam siklus hidup. Lagipula, kebutuhan kualitas didapatkan langsung dari pelanggan.

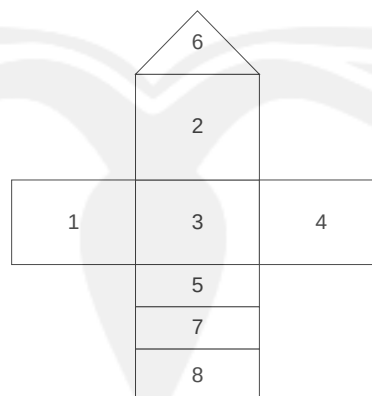
Keberhasilan penyebaran kualitas dalam produk atau jasa membutuhkan 3 hal berikut ini (Ramaswamy, 1996):

1. Metode terstruktur untuk mendefinisikan standar kualitas dalam desain proses awal.
2. Sistem untuk menggabungkan standar-standar ini ke dalam desain.
3. Teknik untuk mempropagandakan kualitas desain ke seluruh siklus hidup suatu produk atau jasa.

Metodologi QFD mendukung ketiga kebutuhan di atas. Teknik tersebut menggunakan sekumpulan matriks yang saling berhubungan yang membentuk hubungan kualitas antara aktivitas desain yang lebih tinggi (tingkat produk atau jasa) dan aktivitas yang lebih rendah (subproses, subsistem atau fungsi). Matriks tingkat lebih tinggi membantu dalam perencanaan desain konsep, matriks tingkat lebih rendah membantu dalam desain detil dan mengamati hasil setelah implementasi dan perbaikan jasa. Standar desain yang dikembangkan matriks awal akan dibawa ke matriks berikutnya.

2.5.1. House of Quality

House of Quality merupakan matriks pertama dalam hirarki QFD. Matriks ini digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik desain jasa. Struktur matriks ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 2.4. Matriks *House of Quality* (Sumber: Ramaswamy, 1996)

Keterangan Gambar 2.4:

Ruang 1 : berisi kebutuhan/keinginan pelanggan (*voice of customer*) dan tingkat kepentingannya.

Ruang 2 : berisi karakteristik teknik dari desain yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tertulis dalam ruang 1.

Ruang 3 : menggambarkan hubungan antara karakteristik desain dengan

kebutuhan pelanggan.

Ruang 4 : berisi pandangan pelanggan terhadap posisi bersaing perusahaan dengan kompetitor (*benchmarking*).

Ruang 5 : berisi *technical benchmarking*, yaitu pengevaluasian kualitas dari performansi desain kompetitor.

Ruang 6 : menggambarkan korelasi antara karakteristik desain.

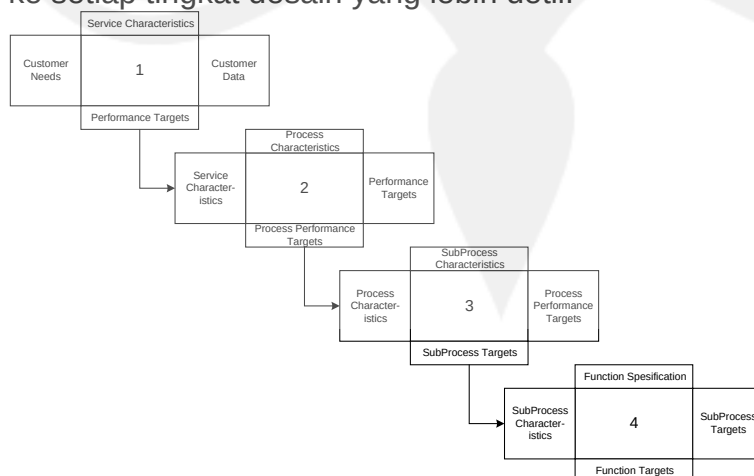
Ruang 7 : berisi jumlah total perhitungan nilai kepentingan (perkalian antara nilai pada ruang 1 dengan ruang 3) untuk setiap karakteristik desain.

Ruang 8 : berisi performansi standar untuk produk/jasa yang dievaluasi.

1.5.2. Hirarki Matriks QFD

Hirarki matriks QFD yang ditunjukkan pada gambar 2.5. adalah hirarki matriks QFD menurut ASI (*American Supplier Institute*) yang ditujukan untuk perancangan jasa. Matriks berlabel 1 adalah matriks rumah kualitas yang telah diterangkan di subbab sebelumnya.

Kebutuhan jasa didapatkan dari pelanggan kemudian diterjemahkan ke dalam karakteristik desain dan target performansi jasa pada matriks 1. Karakteristik desain adalah *input* untuk matriks 2, yang disebut dengan matriks jasa/proses. Dalam matriks ini, atribut desain jasa dibagi ke dalam atribut desain proses dan target performansi proses yang berhubungan. Matriks 3 (disebut matriks proses/subproses) menerjemahkan karakteristik performansi proses ke dalam kebutuhan desain untuk subproses yang membentuk proses lebih detail. Kebutuhan-kebutuhan ini merupakan standar operasi jasa harus dikelola setelah desain diterapkan. Terakhir, kebutuhan desain untuk fungsi individual dispesifikasi dalam matriks 4 (disebut matriks subproses/fungsi). Spesifikasi detail untuk perangkat keras, perangkat lunak, dokumentasi, pelatihan, dan lain-lain yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan performansi subproses akan dimasukkan dalam matriks ini. Dengan menghubungkan *output* setiap matriks ke *input* matriks berikutnya, hirarki di atas akan menerjemahkan “*voice of customer*” ke setiap tingkat desain yang lebih detail.



Gambar 2.5. Hirarki Matriks QFD untuk Perancangan Jasa
Sumber: Ramaswamy, 1996

2.6. Metode Statistika Untuk Pengujian Kuisisioner

Beberapa metode statistika untuk pengujian kuisisioner yang digunakan pada penelitian ini diuraikan pada subbab-subbab berikut ini. Tujuan menggunakan metode statistika adalah untuk meyakinkan bahwa data yang diperoleh *reliable* dan *valid*.

2.6.1. Jumlah Sampel

Jumlah sampel suatu penelitian sangat menentukan kesahihan suatu penelitian. Salah satu rumus untuk menentukan jumlah sampel minimum suatu penelitian adalah sebagai berikut (Cohen, 1988):

Iterasi 1:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up')^2} + 3 \quad [2.1]$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\alpha}{1-\alpha} \quad [2.2]$$

Iterasi 2:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3 \quad [2.3]$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\alpha}{1-\alpha} + \frac{\alpha}{2(n-1)} \quad [2.4]$$

dengan:

n : jumlah sampel

α : *error type I*, yaitu *error* karena menolak hipotesis yang seharusnya diterima

β : *error type II*, yaitu *error* karena menerima hipotesis yang seharusnya ditolak.

ρ : estimasi parameter terkecil

Z: luas kurva normal (Tabel Kumulatif Distribusi Normal Standar)

Iterasi terus dilakukan sampai perbedaan jumlah sampel yang diperoleh melalui iterasi ke-(i) hanya memiliki perbedaan sebesar desimal dengan hasil iterasi ke-(i-1).

2.6.2. Analisis Item

Analisis *item* dilakukan untuk mengetahui kualitas dari *item-item* yang terdapat dalam kuisisioner. Untuk melihat apakah *item-item* tersebut telah dapat dimengerti dan ditafsirkan sama oleh semua responden.

Salah satu cara untuk menganalisis *item* adalah dengan melihat daya pembeda (*item discriminability*), yaitu konsistensi antara skor *item* dengan skor secara keseluruhan yang dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi antara setiap *item* dengan skor keseluruhan dengan rumus korelasi pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad [2.5]$$

dengan:

r : korelasi

X: skor setiap *item*

Y: skor total

n : ukuran sampel

Bila koefisien korelasi untuk seluruh *item* telah dihitung, perlu ditentukan angka terkecil yang dapat dianggap cukup tinggi sebagai indikator adanya konsistensi antara skor *item* dan skor keseluruhan. Di sini tidak ada batasan yang tegas. Prinsip utama pemilihan *item* dengan melihat koefisien korelasi adalah mencari harga koefisien yang setinggi mungkin dan menyingkirkan setiap *item* yang memiliki korelasi negatif atau yang mendekati nilai nol. Menurut salah satu kriteria, *item* yang baik adalah *item* yang memiliki nilai koefisien antara 0,30 – 0,70 (Kaplan dan Saccuzzo, 1993). Hal ini berarti semua *item* yang memiliki korelasi kurang dari 0,30 dapat disisihkan dan *item-item* yang akan dimasukkan dalam alat tes adalah *item-item* yang memiliki korelasi di atas 0,30 dengan pengertian semakin mendekati nilai 1,00 maka semakin baik konsistensinya. Selain itu besarnya koefisien korelasi dapat ditentukan berdasarkan kriteria sebagai berikut (Guilford, 1956):

Kurang dari 0,20 : tidak ada korelasi
0,20 - < 0,40 : korelasi rendah
0,40 - < 0,70 : korelasi sedang
0,70 - < 0,90 : korelasi tinggi
0,90 - < 1,00 : korelasi tinggi sekali
1,00 : korelasi sempurna

Berdasarkan kriteria Guilford di atas terlihat bahwa *item* yang cukup baik adalah *item* yang mempunyai korelasi di atas 0,20.

2.6.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, artinya pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang konsisten (*reliable*), dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran yang berbeda waktunya. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas memberikan gambaran suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran (*measurement error*).

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 – 1,00. Besarnya koefisien reliabilitas minimal yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,70 (Kaplan dan Saccuzzo, 1993). Di samping itu, walaupun koefisien korelasi dapat bertanda positif atau negatif, namun dalam reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu kepada koefisien yang positif.

Metode-metode perhitungan reliabilitas dapat dikelompokkan berdasarkan sumber-sumber kesalahan pengukuran sebagai berikut (Kaplan dan Saccuzzo, 1993):

a. Test-Retest Reliability

Metode perhitungan reliabilitas yang paling baik digunakan untuk mengetahui sumber-sumber kesalahan yang berkaitan dengan waktu. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi kesalahan yang dikaitkan dengan penerapan suatu tes pada dua waktu yang berbeda. Metode ini dilakukan dengan cara menggunakan suatu tes pada dua kesempatan

yang berbeda, kemudian mengkorelasikan skor-skor hasil dari kedua tes tersebut.

b. *Parallel Forms Reliability*

Metode reliabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi galat yang dikaitkan dengan penggunaan *item* tertentu. Metode ini digunakan untuk membandingkan dua tes yang ekuivalen, yaitu dua tes yang dibentuk berdasarkan aturan-aturan yang sama tetapi mempunyai *item* yang berbeda. Metode ini dilakukan dengan cara menggunakan dua bentuk tes yang paralel terhadap sekelompok subjek yang sama pada saat yang sama pula. Skor hasil pengukuran bentuk pertama lalu dikorelasikan dengan skor hasil pengukuran bentuk kedua.

c. *Internal Consistency*

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi sumber-sumber variasi dari suatu alat tes yang tunggal. Salah satunya adalah mengevaluasi *internal consistency* suatu tes dengan membagi tes tersebut ke dalam komponen-komponen dengan cara sebagai berikut:

(1) *Split Half Method (Spearman Brown Correction)*

Adalah metode perhitungan reliabilitas yang dilakukan dengan cara memberikan suatu tes pada sejumlah subjek dan kemudian dibagi menjadi dua bagian yang sama besar. Bagian pertama kemudian dibandingkan dengan hasil bagian kedua. Perhitungan reliabilitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi di antara kedua bagian tersebut, kemudian hasilnya dikoreksi dengan menggunakan koreksi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$R = \frac{2r}{1+r} \quad [2.6]$$

dengan:

R: koefisien reliabilitas *Split Half*

r : korelasi antara skor bagian pertama dan kedua

(2) *Alpha Cronbach*

Adalah metode perhitungan reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach. *Alpha Cronbach* merupakan koefisien reliabilitas yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *internal consistency*. *Alpha Cronbach* dapat diartikan sebagai korelasi antara pengujian atau skala tersebut dengan skala yang memiliki jumlah *item* yang sama. Karena diartikan sebagai koefisien korelasi maka nilainya berkisar antara 0 sampai dengan 1 (nilai α negatif dapat terjadi bila *item-item* tidak berkorelasi positif dan model reliabilitas dilanggar).

Alpha Cronbach dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\alpha = \frac{k\overline{\text{cov}} / \overline{\text{var}}}{1 + (k-1)\overline{\text{cov}} / \overline{\text{var}}} \quad [2.7]$$

dengan k adalah jumlah *item*, dan $\overline{\text{cov}}$ adalah kovariansi rata-rata antar *item*, dan $\overline{\text{var}}$ adalah variansi rata-rata dari *item-item* tersebut. Jika seluruh *item* distandarisasi sehingga memiliki variansi yang sama, maka rumus perhitungannya dapat disederhanakan menjadi:

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}} \quad [2.8]$$

dengan: $\bar{r}$: korelasi rata-rata *item*, dan k : jumlah item.

2.6.4. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat ketepatan hasil suatu pengukuran. Validitas memberikan gambaran ketepatan hasil pengukuran dengan makna dan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Menurut *American Psychological Association* (1985), ada tiga tipe validitas, yaitu:

a. *Content Validity*

Adalah tipe validitas yang menggunakan pembuktian secara logika dan bukan secara statistik. Suatu pengukuran dikatakan memiliki *content validity* apabila pengukuran tersebut memberikan gambaran yang memadai mengenai domain konseptual yang dirancang untuk alat ukur tersebut. Penetapan *content validity* dari suatu tes memerlukan logika yang baik, ketrampilan intuitif, dan ketekunan.

b. *Criterion-Related Validity*

Adalah validitas yang berkaitan dengan relasi hasil suatu alat tes dengan kriteria yang telah ditentukan. Ada dua tipe, yaitu:

(1) *Concurrent validity*: menunjukkan hubungan antara hasil pengukuran dengan keadaan sekarang.

(2) *Predictive validity*: menunjukkan hubungan antara hasil pengukuran dengan keadaan yang akan datang.

c. *Construct Validity*

Adalah metode validitas yang digunakan untuk melihat hubungan antara pengukuran suatu alat tes dengan konsep teoritis yang dimilikinya. Jadi *construct validity* menyangkut masalah *theoretical construct* yang mendasari penyusunan tes tersebut. Menurut Cohen (1988), peningkatan *construct validity* dapat dipandang sebagai konsep yang menyatukan semua bukti adanya validitas untuk semua tipe termasuk *content validity* dan *criterion-related validity*.

Ada beberapa prosedur yang dapat digunakan untuk membuktikan bahwa suatu tes mempunyai *construct validity*. Prosedur-prosedur tersebut adalah sebagai berikut (Cohen, 1988):

a. Tes tersebut harus homogen dan mengukur konsep yang tunggal.

Homogenitas diartikan sebagai kemampuan suatu tes mengukur konsep yang tunggal. Peningkatan homogenitas suatu alat tes dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai subtes dengan nilai total. Bila suatu subtes tidak berkorelasi dengan tes secara keseluruhan, maka subtes tersebut harus direkonstruksi atau dieliminasi dari alat tes tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa subtes tersebut tak dapat mengukur bentuk yang ditentukan dalam alat tes.

b. Hasil tes berubah karena adanya intervensi.

Perubahan skor yang signifikan antara *pre-test* dan *post-test* sebagai hasil dari suatu pengalaman atau intervensi dapat dijadikan bukti adanya *construct validity*. Beberapa cara intervensi yang biasa dilakukan adalah pendidikan formal, pelatihan, terapi, dan lain-lain.

c. Hasil tes menunjukkan perbedaan pada kelompok yang berbeda.

Jika suatu tes mempunyai *construct validity*, maka skor hasil tes dari kelompok individu yang diduga mempunyai perbedaan berdasarkan bentuk tersebut hasilnya yang berbeda pula.

d. Konvergen

Jika skor suatu tes mempunyai kecenderungan berkorelasi tinggi dengan skor tes lain yang dirancang untuk mengukur bentuk yang sama dan serupa, maka hal ini menunjukkan adanya konvergenitas.

e. Diskriminan

Apabila koefisien validitas menunjukkan adanya hubungan yang rendah atau secara statistik tidak signifikan di antara skor tes dengan variabel lain yang secara teoritis tidak berkorelasi, maka hal ini menunjukkan bukti diskriminan dari *construct validity*.

f. Analisis Faktor

Bukti konvergen dan diskriminan dari *construct validity* dapat diperoleh dengan menggunakan Analisis Faktor.

2.6.5. Analisis Diskriminan

Analisis diskriminan adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengestimasi hubungan antara satu variabel dependen nonparametrik dengan satu himpunan variabel independen parametrik.

Tujuan analisis diskriminan adalah:

- Menentukan perbedaan yang signifikan antara profil skor rata-rata dari dua atau lebih grup.
- Menentukan prosedur untuk mengklasifikasikan unit-unit statistik (individu/objek) ke dalam grup berdasarkan skornya pada sejumlah variabel.
- Menentukan variabel independen/prediktor yang mempunyai *discriminating power* (daya pembeda) yang besar untuk membedakan dua atau lebih grup.

Analisis diskriminan merupakan teknik menurunkan kombinasi linier dari dua atau lebih variabel independen yang terbaik, dalam membedakan grup yang telah didefinisikan sebelumnya. Kombinasi linier analisis diskriminan diturunkan dari persamaan dalam bentuk:

$$Z = w_1X_1 + w_2X_2 + \dots + w_nX_n \quad [2.9]$$

dengan: Z : skor diskriminan

w : bobot diskriminan

x : variabel independen

Langkah-langkah analisis diskriminan:

1. Tahap Derivasi

- Menentukan variabel dependen dan independen.
- Pembagian sampel menjadi dua bagian, yaitu *analysis sample* (digunakan untuk mengembangkan fungsi diskriminan) dan *holdout sample* (digunakan untuk menguji fungsi diskriminan).
- Melakukan komputasi, terdapat dua metode:
 - Metode simultan: penentuan fungsi diskriminan secara langsung dengan menggunakan seluruh variabel independen tanpa memperhitungkan *discriminating power* setiap variabel independen.
 - Metode *stepwise*: penentuan fungsi diskriminan memperhitungkan *discriminating power*.
- Statistical significance*, melakukan penilaian tingkat signifikansi.

2. Tahap Validasi:

Mengembangkan matriks klasifikasi untuk mengevaluasi akurasi dari fungsi diskriminan.

a. Penentuan nilai perpotongan

$$Z_{CE} = \frac{Z_A + Z_B}{2} \quad [2.10]$$

Z_{CE} : nilai perpotongan kritis untuk ukuran grup yang sama

Z_A : *centroid* grup A

Z_B : *centroid* grup B

$$Z_{CU} = \frac{N_A Z_A + N_B Z_B}{N_A + N_B} \quad [2.11]$$

Z_{CU} : nilai perpotongan kritis untuk ukuran grup tidak sama

N_A : jumlah anggota grup A

N_B : jumlah anggota grup B

b. Pembuatan matriks klasifikasi

Mengklasifikasikan individu ke dalam grup A jika $Z_n < Z_{ct}$, dan mengklasifikasikan individu ke dalam grup B jika $Z_n > Z_{ct}$.

Z_n : nilai Z diskriminan untuk individu ke-n

Z_{ct} : nilai perpotongan kritis

c. *Chance Models*

Menentukan persentase individu yang akan diklasifikasikan secara tepat dengan kebetulan (*by chance*/tanpa melakukan analisis diskriminan).

Proportional chance criterion:

$$C_{pro} = p^2 + (1-p)^2 \quad [2.12]$$

p : proporsi individu dalam grup 1

$1-p$: proporsi individu dalam grup 2

Teknik ini biasanya digunakan untuk menilai *holdout sample*.

d. Membandingkan tingkat akurasi klasifikasi relatif terhadap *chance*.

Penentuan akurasi klasifikasi terhadap *chance* menggunakan *Press's Q statistic*, dengan klasifikasi akan lebih baik daripada *chance* jika nilai Q lebih besar dari nilai kritis.

$$Press's Q = \frac{(N - (n - K))^2}{N(K - 1)} \quad [2.13]$$

N : ukuran sampel total

n : jumlah observasi yang terklasifikasi secara tepat

K : jumlah grup

3. Tahap Interpretasi

a. Menentukan kepentingan relatif dari variabel independen dalam mendiskriminasi antar grup. Beberapa metode penentuan kepentingan relatif:

(1) *Discriminant Weight*

Interpretasi ini dengan cara memeriksa tanda dan arah dari *standardized discriminant weight* (bobot) setiap variabel independen. Variabel dengan bobot yang terbesar berarti berkontribusi lebih banyak terhadap fungsi diskriminan daripada variabel yang memiliki bobot yang kecil.

(2) *Discriminant Loading*

Mengukur korelasi linier yang sederhana setiap variabel independen dengan fungsi diskriminan. *Discriminant Loading* menunjukkan variansi yang dibagi oleh variabel independen dengan fungsi diskriminan, dan dapat diartikan sebagai faktor

untuk menilai kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap fungsi diskriminan.

(3) *Partial F Values*

Melakukan perhitungan nilai F dan melakukan pengurutan. Semakin besar nilai F, akan menunjukkan kekuatan pendiskriminan yang semakin besar.

- b. Memeriksa rerata grup untuk tiap variabel yang penting untuk mengetahui perbedaan antar grup. Tujuan dari pembentukan profil perbedaan grup adalah untuk memahami karakteristik tiap grup yang didasarkan atas variabel prediktor.

2.6.6. Uji Statistik Dua Sampel *Independent t Student's*

Pada pengujian ini akan dibandingkan preferensi dan persepsi pelanggan. Tujuannya adalah untuk mencari perbedaan perilaku yang signifikan di antara kedua kelompok tersebut.

Uji *t* digunakan para peneliti bila parameter populasi tidak diketahui. Pengujian ini dilakukan dengan mengambil sampel yang mewakili kedua kelompok tersebut dan melakukan pengukuran beberapa variabel pada kedua sampel tersebut. Selanjutnya diasumsikan bahwa *mean* dan variansi kedua sampel tersebut adalah sebuah estimasi yang baik terhadap parameter populasi. Jika perbedaan antara kedua *mean* pada kedua kelompok tersebut lebih besar daripada yang diharapkan, maka dapat disimpulkan bahwa antara kedua kelompok tersebut terjadi perbedaan yang sebenarnya dan bukan karena adanya *sampling error*.

Tujuan pengujian ini adalah evaluasi hipotesis nol (H_0): $\mu_1 = \mu_2$. Apabila H_0 diterima maka perbedaan yang terlihat di antara kedua *mean* adalah akibat *sampling error*. Rumus untuk mendapatkan *t-ratio* adalah:

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\alpha_1 - \alpha_2)}{S_{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}} ; df = (N_1 + N_2) - 2 \quad [2.14]$$

Agar lebih mudah dan praktis, penghitungan *r-ratio* bisa dilakukan dengan rumus berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2 - (\alpha_1 - \alpha_2)}{\sqrt{\left(\frac{SS_1 + SS_2}{N_1 + N_2 - 2} \right) \left(\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right)}} ; df = (N_1 + N_2) - 2 \quad [2.15]$$

$$SS_1 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1} \quad [2.16]$$

$$SS_2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2} \quad [2.17]$$

Asumsi yang dibuat ketika menggunakan pengujian *t student's* adalah:

1. *Sampling error* berdistribusi normal di sekitar μ pada setiap kelompok populasi.
2. $\sigma_1 = \sigma_2$, asumsi ini disebut *homogeneity of variance*.
3. Seluruh observasi pada setiap kelompok adalah independen.

Apabila asumsi $\sigma_1 \neq \sigma_2$ tidak dapat dipenuhi atau ukuran sampel tidak sama besar, maka *corrected t-ratio* (faktor koreksi) adalah:

$$\hat{t} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2 - (\alpha_1 - \alpha_2)}{\sqrt{\left[\frac{1}{N_1} \left(\frac{SS_1}{N_1 - 1} \right) \right] + \left[\frac{1}{N_2} \left(\frac{SS_2}{N_2 - 1} \right) \right]}} ;$$

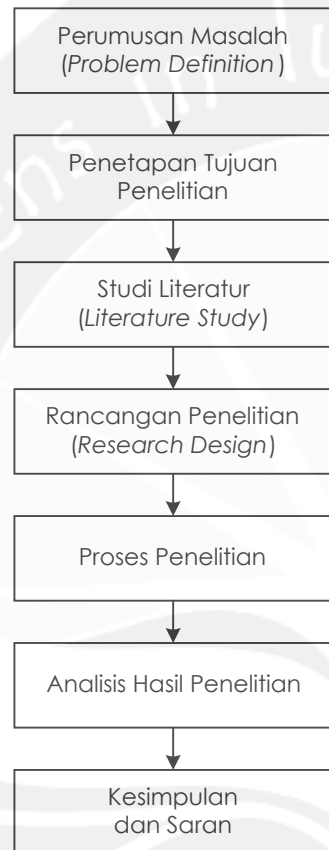
$$df' = \frac{\left[\frac{1}{N_1} \left(\frac{SS_1}{N_1 - 1} \right) + \frac{1}{N_2} \left(\frac{SS_2}{N_2 - 1} \right) \right]}{\frac{\frac{1}{N_1} \left(\frac{SS_1}{N_1 - 1} \right)^2}{N_1 - 1} + \frac{\frac{1}{N_2} \left(\frac{SS_2}{N_2 - 1} \right)^2}{N_2 - 1}} \quad [2.18]$$

Pada *software* SPSS 11, pengujian variansi untuk mengetahui kesamaan variansi kedua sampel menggunakan uji Levene's yang pada dasarnya merupakan uji ANOVA satu arah. Hipotesis nol pengujian tersebut adalah variansi kedua sampel sama. Jika derajat keberartian amatan (*observed significance level*) sangat kecil atau lebih kecil dari α yang ditetapkan, maka hipotesis nol bahwa variansi kedua sampel sama harus ditolak.

Kemudian pengujian kedua sampel independen *t student's* dilakukan berdasarkan hasil pengujian variansi tersebut. Nilai statistik *t student's* dan derajat keberartian amatan dihitung. Hipotesis nol bahwa *mean* kedua sampel sama akan ditolak apabila besarnya derajat keberartian amatan sangat kecil atau lebih kecil dari α yang ditetapkan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

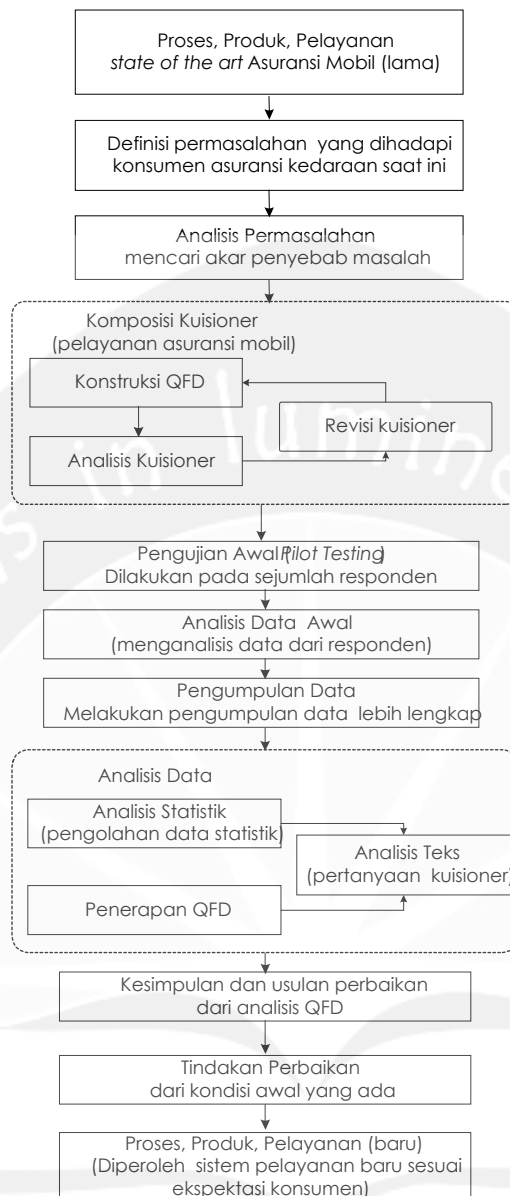
Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat di gambar 3.1. dan gambar 3.2. sebagai berikut:



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian



Gambar 3.2. Rancangan Penelitian



Gambar 3.3. Perancangan dan Pengumpulan Data

3.1. Perumusan Masalah

Tahap pertama penelitian adalah merumuskan masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian. Perumusan masalah mengacu pada latar belakang yang mendasari penelitian ini.

3.2. Penetapan Tujuan Penelitian

Perumusan masalah akan memberikan hasil berupa tujuan yang akan dicapai pada penelitian.

3.3. Studi Literatur

Studi literatur memberikan masukan-masukan mengenai metode penyelesaian masalah, proses desain sistem jasa/pelayanan, kualitas sistem jasa, metode QFD, teknik statistika untuk pengujian kuisisioner, dan teori-teori pendukung di dalam menyelesaikan masalah.

3.4. Rancangan Penelitian

Hasil studi literatur memberikan gambaran rancangan penelitian yang akan disusun. Penelitian pada Penelitian ini menggunakan metodologi QFD. QFD merupakan pendekatan visual berdasar matriks sistematis untuk perencanaan produk dan jasa berkualitas. QFD dirancang untuk menghasilkan kepuasan konsumen dengan kualitas produk dan jasa. QFD didasarkan pada filosofi TQM bahwa produk dan jasa berkualitas tinggi dibedakan dengan standar kualitas yang melekat pada semua aktivitas. Spesifikasi kebutuhan kualitas dan penyebaran kualitas produk dan jasa dimulai seawal mungkin dalam perancangan produk atau jasa. QFD sangat berperan dalam memecahkan permasalahan dalam proses perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor. QFD dimanfaatkan dalam analisis permasalahan asuransi kendaraan bermotor ini karena merupakan sebuah sistem unik, yang digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa baru dengan mengacu pada tujuan perancangan yaitu penjaminan kualitas produk atau jasa yang akan memuaskan konsumen.

Sehingga urutan/tahapan rancangan penelitian perlu diadaptasi dari metodologi QFD. Rancangan penelitian selengkapnya dapat dilihat pada gambar 3.2. Penjelasan terhadap setiap tahapan dalam rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan Alat Pengumpulan Data
Tahap awal dari rancangan penelitian ini adalah merancang alat pengumpulan data. Pada penelitian ini digunakan metode kuisisioner. Kuisisioner harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Uji Coba Alat Pengumpulan Data
Kuisisioner yang sudah dirancang ini, sebelum digunakan perlu diuji coba dahulu untuk memastikan bahwa kuisisioner tersebut sudah layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data. Pengumpulan data awal dengan menggunakan metode *convenience sampling* (untuk tujuan kemudahan) pada 30 responden. Hasil kuisisioner tahap awal dievaluasi dan dilakukan perbaikan terhadap kuisisioner.
3. Pengumpulan Data
Kuisisioner yang sudah direvisi kemudian digunakan untuk pengumpulan data. Pada tahap ini ditentukan prosedur/teknik pengumpulan data yang akan digunakan. Pada penelitian ini, digunakan teknik *stratified random sampling*.
4. Pengolahan dan Interpretasi Data
Data yang telah dikumpulkan perlu diolah dan diinterpretasikan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan metode-metode statistika yang telah diuraikan pada Bab II.
5. Penetapan Tujuan Desain
Penetapan tujuan desain ini sangat penting agar tidak terjadi kekeliruan sasaran pada desain. Penetapan tujuan desain pada penelitian ini menggunakan metode pohon tujuan.
6. Penetapan Fungsi Desain
Penetapan fungsi desain diperlukan untuk mengetahui proses/fungsi yang diperlukan untuk mencapai tujuan desain.
7. Penentuan Spesifikasi Performansi

Pada tahap ini ditentukan atribut performansi dari masing-masing kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi. Atribut performansi tersebut ditentukan untuk mengukur atau mengkuantifikasi kebutuhan yang masih bersifat kualitatif menjadi kuantitatif.

8. Pembentukan Rumah Kualitas (HOQ)

Rumah Kualitas merupakan matriks pertama dalam QFD. Matriks ini digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam karakteristik desain jasa.

9. Membangkitkan alternatif-alternatif desain

Sebelum memasuki matriks perencanaan proses, perlu dikembangkan alternatif-alternatif solusi desain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang telah didefinisikan. Untuk mengembangkan alternatif-alternatif desain digunakan peta morfologi.

10. Evaluasi Alternatif Desain

Alternatif-alternatif desain yang terbentuk kemudian dievaluasi untuk didapatkan alternatif terbaik untuk dilanjutkan ke dalam matriks perencanaan proses.

11. Pembentukan Matriks Perencanaan Proses

Setelah terpilih alternatif desain terbaik yang akan dikembangkan lebih lanjut, maka langkah selanjutnya adalah membuat Matriks Perencanaan Proses. Atribut desain jasa dipartisi ke dalam atribut desain proses dan target performansi proses yang berhubungan.

12. Pembentukan Matriks Perencanaan Sub Proses

Matriks ini menerjemahkan karakteristik performansi proses ke dalam kebutuhan desain untuk subproses yang membentuk proses lebih mendetil. Kebutuhan-kebutuhan ini merupakan standar tempat operasi jasa harus dikelola setelah desain diimplementasikan.

13. Pembentukan Matriks Perencanaan Fungsi

Kebutuhan desain untuk fungsi individual dispesifikasi dalam matriks ini. Spesifikasi detil untuk perangkat keras, perangkat lunak, dokumentasi, pelatihan, dan lain-lain untuk memenuhi kebutuhan performansi subproses dimasukkan dalam matriks ini.

3.5. Proses Perancangan

Setelah pendukung-pendukung perancangan telah didapatkan, maka dimulailah tahap perancangan. Hasil proses ini akan memberikan suatu rancangan sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

3.6. Analisis Hasil Rancangan

Pada tahap ini, hasil rancangan pada tahap sebelumnya dianalisis secara detil.

3.7. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan dan memberikan saran-saran agar hasil dari Penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu pihak penyedia jasa untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanannya.

BAB 4 DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

4.1. Perancangan Kuisisioner

Kuisisioner untuk penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi tentang data karakteristik responden (informasi personal). Informasi personal (pertanyaan demografi) memuat informasi mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan /penghasilan responden. Informasi personal di atas diperlukan sebagai dasar dugaan bahwa perbedaan demografi mempengaruhi preferensi dan persepsi responden. Identitas lengkap responden tidak dicantumkan dalam kuisisioner ini karena faktor kerahasiaan responden serta tidak terlalu diperlukan dalam analisis ini.

Bagian kedua kuisisioner terbagi menjadi dua, yaitu bagian II.1 yang berisi pertanyaan tentang preferensi responden serta bagian II.2 yang berisi pertanyaan tentang persepsi responden. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan merupakan atribut desain perancangan. Atribut perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor dikembangkan dengan mengacu pada dimensi atribut jasa (Parasuraman, 1990) menjadi atribut khusus yang diperlukan dalam desain ini. Atribut-atribut ditentukan berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pelanggan dan manajer perusahaan asuransi. Sehingga didapatkan atribut perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor pada kuisisioner adalah seperti tercantum pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1. Atribut Perancangan Pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor

Dimensi	No	Atribut Perancangan
<i>Tangibles</i> (Tampilan fisik, peralatan, karyawan)	1	Gedung yang menarik, nyaman, fasilitas lengkap.
	2	Penampilan karyawan asuransi yang menarik, bersahabat, dan sigap membantu.
<i>Reliability</i> (kemampuan menampilkan pelayanan yang sesuai dan akurat)	3	Akurasi proses perhitungan premi bulanan, penggantian kerugian, bonus tahunan.
	4	Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya.
	5	Pelayanan pembayaran premi dilakukan dengan cara tunai, kartu kredit, transfer, atau cara debit.

Tabel 4.1. lanjutan

<i>Responsiveness</i> (Keinginan membantu pelanggan memberikan pelayanan cepat)	6	Petugas asuransi cekatan dan sigap pada pendaftaran, pelayanan pembayaran premi dan proses klaim.
	7	Petugas cepat membantu jika terjadi gangguan kendaraan pelanggan (misal: kehilangan, kerusakan).
	8	Perbaikan kendaraan dalam proses klaim ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik.
	9	Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam.
	10	Tersedia layanan telepon <i>hotline</i> secara gratis kepada pelanggan.
	11	Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak, sehingga pelayanan pada pelanggan cepat.
<i>Competence</i> (Ketrampilan dalam memberikan pelayanan)	12	Pegawai sangat memahami permasalahan klaim asuransi.
	13	Bantuan kendaraan dan perbaikan kendaraan pelanggan dilakukan profesional.
<i>Courtesy</i> (kesopanan, rasa hormat, pengertian dari karyawan)	14	Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan.
<i>Credibility</i> (nama baik)	15	Advertensi perusahaan asuransi di berbagai media (TV, surat kabar / majalah, radio).
	16	Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum.
<i>Security</i> (kebebasan dari bahaya, resiko)	17	Keamanan pelanggan/kendaraan saat dilakukan proses pemberian bantuan.
	18	Keamanan internal perusahaan (perusahaan didukung perbankan kuat, dan pemodal perusahaan kuat).
	19	Keamanan fasilitas kendaraan pada saat dilakukan proses perbaikan di jalan/bengkel.
	20	Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli, berkualitas, dan bergaransi.
<i>Access</i> (kemudahan untuk dicapai dan dihubungi)	21	Bengkel rujukan mudah dihubungi.
	22	Lokasi kantor dan bengkel mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum (strategis).

	23	Lokasi kantor dan bengkel rujukan dekat dengan tempat tinggal dan tempat kerja.
	24	Perusahaan asuransi mudah dimintai bantuan/ dihubungi.
	25	Banyak kantor cabang/bengkel rujukan resmi di berbagai daerah.
<i>Communication</i> (Pelanggan mendapat informasi yang mudah dipahami)	26	Kejelasan aturan pembayaran premi asuransi.
	27	Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi.
	28	Pemberian hadiah atau bonus kepada peserta asuransi
	29	Pemberian potongan (diskon).
<i>Understanding to Customer</i> (usaha mengetahui karakteristik pelanggan)	30	Survei kepada pelanggan oleh pihak asuransi untuk mengetahui keinginan pelanggan.

Keterangan atribut:

1. Gedung yang menarik, nyaman, fasilitas lengkap: Penataan fasilitas fisik (kelengkapan fasilitas ruangan perkantoran, tata letak perabotan menarik) serta adanya fasilitas pendukung (layanan perbankan (ATM), brosur, dan sebagainya).
2. Penampilan karyawan asuransi yang menarik, bersahabat, dan sigap membantu: karyawan yang ramah, sabar, menyenangkan dalam melayani pelanggan yang datang.
3. Akurasi proses perhitungan premi bulanan, penggantian kerugian, bonus tahunan: perhitungan dilakukan secara teliti, cermat, akurat, dan transparan.
4. Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya: terdapat bermacam jenis asuransi berikut cakupan pertanggungan dan penggantian kendaraan.
5. Pelayanan pembayaran premi dilakukan dengan cara tunai, kartu kredit, transfer, atau cara debit: sistem pembayaran dapat dilakukan menurut berbagai cara di atas.
6. Petugas asuransi cekatan dan sigap pada pendaftaran, pelayanan pembayaran premi dan proses klaim: proses pengurusan asuransi dan pendaftaran dilakukan secara cepat (misal: layanan *online* atau datang sendiri) serta proses pencairan klaim dilakukan secara cepat setelah semua persyaratan dipenuhi oleh pelanggan.
7. Petugas cepat membantu jika terjadi gangguan kendaraan pelanggan (misal: saat terjadi kehilangan, kerusakan): Pada saat dihubungi petugas dan kendaraan bantuan cepat datang (kurang dari 1 jam), sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama.
8. Perbaikan kendaraan yang sedang dalam proses klaim ditangani secara cepat, tepat, dan baik: Perbaikan dilakukan secara cepat, tepat, dan baik serta memuaskan pelanggan.
9. Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam: pelanggan yang mengalami kesulitan dengan kendaraannya selalu

mendapat bantuan setiap saat, selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu.

10. Tersedia layanan telepon *hotline* secara gratis kepada pelanggan: adanya saluran telepon khusus melalui layanan gratis (bebas pulsa) ketika menghubungi kantor/bengkel.
11. Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak, sehingga pelayanan pada pelanggan dapat dilakukan secara cepat: Pada saat perusahaan dihubungi, kendaraan bantuan cepat datang (kurang dari 1 jam), sehingga pelanggan menunggu tidak terlalu lama.
12. Pegawai sangat memahami permasalahan klaim asuransi: pegawai dapat memberikan penjelasan secara lengkap dan jelas kepada pelanggan mengenai permasalahan asuransi dan prosedur pencairan klaim asuransi.
13. Bantuan kendaraan dan perbaikan kendaraan pelanggan dilakukan profesional: bantuan datang dengan cepat, tepat, serta tidak menyulitkan pelanggan. Tersedianya berbagai sistem layanan seperti: (1) Layanan Darurat (*Emergency Service*): adalah layanan untuk memastikan pelanggan dapat segera melanjutkan perjalanan, disediakan bantuan mekanik untuk mengatasi gangguan kendaraan pelanggan. (2) Layanan derek: Bila petugas tidak dapat mengatasi gangguan karena jenis kerusakan yang sulit diselesaikan dalam waktu singkat. (3) Layanan Kecelakaan: Bila pelanggan mengalami kecelakaan kendaraan baik rusak sebagian atau keseluruhan, sehingga tidak dapat meneruskan perjalanan.
14. Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan: pegawai ramah, sopan, menentramkan pelanggan yang sedang mengurus atau mengalami kesulitan.
15. Advertensi perusahaan asuransi di berbagai media (TV, surat kabar/majalah, radio): promosi perusahaan untuk mencari pelanggan baru dilakukan secara menarik.
16. Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum: reputasi perusahaan cukup baik dalam segi pelayanan, pengurusan klaim, penggantian rugi sesuai surat perjanjian yang ditandatangani kedua belah pihak.
17. Keamanan pelanggan/kendaraan saat dilakukan proses pemberian bantuan: Pemberian pelayanan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan. Pelanggan/kendaraan tetap terjamin keamanannya (misal: dari gangguan derek liar, pemerasan, dan tindak kejahatan).
18. Keamanan internal perusahaan (perusahaan didukung sistem perbankan kuat, dan struktur pemodal perusahaan kuat): Struktur perusahaan didukung sistem perlindungan dan perbankan yang kuat, serta dapat memenuhi seluruh klaim yang diajukan.
19. Keamanan fasilitas kendaraan pada saat dilakukan proses perbaikan di jalan/bengkel: pada saat dilakukan proses perbaikan kendaraan, keamanan kendaraan senantiasa terjaga (misal: bengkel yang baik, suku cadang dan asesori asli tidak ditukar dengan yang palsu).
20. Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli dan berkualitas: penggantian jika terjadi kerusakan pada kendaraan dengan

suku cadang asli dan berkualitas, serta diberikan garansi pada suku cadang tertentu.

21. Bengkel rujukan mudah dihubungi: Ketika terjadi gangguan pada kendaraan bengkel resmi mudah dihubungi untuk dimintai bantuan.
22. Lokasi kantor dan bengkel mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum: lokasi kantor dan bengkel berada di tempat yang strategis, dan dilewati rute angkutan umum.
23. Lokasi kantor dan bengkel rujukan dekat dengan tempat tinggal dan tempat kerja: Lokasi kantor dan bengkel rujukan strategis dan berada dekat dengan tempat bekerja dan kantor asuransi sehingga akan memudahkan dalam proses pengurusan klaim asuransi.
24. Perusahaan asuransi mudah dimintai bantuan/dihubungi: pada saat dilakukan proses pengurusan klaim di perusahaan asuransi, pengurusan relatif mudah, cepat, tidak berbelit-belit.
25. Banyak kantor cabang/bengkel rujukan resmi di berbagai daerah: tersedia cukup banyak bengkel rujukan yang dapat melayani proses perbaikan kendaraan secara cepat.
26. Kejelasan aturan pembayaran premi asuransi: aturan pembayaran premi asuransi tercantum secara jelas dipahami dan ditandatangani kedua belah pihak.
27. Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi: cakupan klaim asuransi tertulis secara jelas, dan ditandatangani kedua belah pihak untuk menghindari terjadinya wanprestasi (pengingkaran perjanjian)
28. Pemberian hadiah atau bonus kepada peserta asuransi: hadiah atau bonus diberikan pada saat tertentu (misal jika tidak terjadi klaim dalam setahun, saat acara temu pelanggan, undiah berhadiah).
29. Pemberian potongan (diskon): potongan atau diskon diberikan kepada pelanggan yang melakukan proses tertentu (misal: pembayaran tepat waktu, asuransi untuk kendaraan kedua dan selanjutnya, serta tidak terjadi klaim).
30. Survei kepada pelanggan oleh pihak asuransi untuk mengetahui keinginan pelanggan: Usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan asuransi kendaraan bermotor untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan asuransi kendaraan bermotor, untuk meningkatkan mutu pelayanan.

Pada kuisioner ini digunakan skala interval (bagian II.1) dan skala ordinal (pada bagian II.2). Penggunaan skala ini dengan tujuan untuk menjamin keakuratan skala yang tinggi, dalam arti informasi yang lebih rinci dapat diperoleh dari variabel-variabel penelitian. Dengan skala yang semakin akurat, maka analisis data akan semakin canggih dilakukan, sehingga dapat memberikan jawaban yang lebih berarti bagi pertanyaan penelitian (*research question*). Bentuk kuisioner penelitian selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran A.

4.2. Pengumpulan dan Pengolahan Data Awal

Target kuisioner atau responden penelitian ini adalah pelanggan asuransi kendaraan bermotor, khususnya mobil yang berada di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Pada penelitian pendahuluan ini digunakan teknik sampling *nonprobabilitas*, yaitu dengan metode *convenience sampling* (untuk tujuan penyederhanaan proses analisis data).

Jumlah kuisisioner yang disebar adalah 30 buah. Rekapitulasi hasil kuisisioner yang disebar adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner

Jumlah yang kembali dan dapat diolah	25
Jumlah yang kembali dan tidak dapat diolah	5
Jumlah yang tidak kembali	0
Total Kuisisioner yang disebar	30

Kuisisioner yang tidak dapat diolah adalah kuisisioner yang diisi secara tidak benar (tidak sesuai dengan aturan pengisian). Total jumlah kuisisioner yang dapat diolah berjumlah 25 buah.

Analisis Item

Analisis *item* dilakukan dengan menggunakan koefisien Pearson, yaitu menguji konsistensi antara skor setiap *item* secara keseluruhan. Batas korelasi kritis adalah 0,30, lebih kecil dari itu, maka variabel dikeluarkan. Analisis *item* dilakukan di kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada *output* pengujian reliabilitas menggunakan Metode *Alpha Cronbach*. Kuisisioner yang diuji adalah kuisisioner II.1 dan II.2.

Pada pengujian kuisisioner II.1 menggunakan 25 data dan hasil yang didapat menunjukkan bahwa dari 30 *item*, terdapat 5 *item* yang memiliki nilai di bawah 0,30 yaitu K1, K5, K10, K15, K17. Pada kuisisioner bagian II.2, pelanggan diminta memberikan persepsi mengenai perusahaan asuransi yang paling dikenalnya Hasilnya didapatkan:

Tabel 4.3. Rekapitulasi Jumlah Responden untuk Kuisisioner II.2

Nama Perusahaan	Jumlah Responden
<i>Asuransi Garda Oto</i>	13
Asuransi Simas Mobil	7
Asuransi Central Asia	3
Lainnya	2
Jumlah	25

Untuk pengujian data bagian ini, data setiap perusahaan asuransi yang berbeda tidak dapat digabung, sehingga harus menggunakan data perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang sama. Data perusahaan asuransi yang akan digunakan adalah perusahaan asuransi yang memiliki jumlah data terbanyak yaitu Asuransi Garda Oto.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Metode *Alpha Cronbach* dan bantuan *software* SPSS 11. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kuisisioner bagian II.1 memiliki $\alpha=0,8262$ dan bagian II.2 memiliki $\alpha=0,8767$, Besar α minimum yang harus dipenuhi sebuah alat ukur adalah 0,70 (Kaplan dan Saccuzzo, 1993), sehingga hal ini menunjukkan bahwa kuisisioner yang dibuat telah *reliable*.

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan koefisien Pearson, yaitu untuk mengukur korelasi antara skor subtes dengan skor total. Uji validitas bertujuan mengukur homogenitas dari tes yang dilakukan. Bila suatu tes telah

homogen, maka hal tersebut menunjukkan bahwa alat ukur tersebut memiliki *construct validity*.

Untuk pengujian kuisisioner bagian II.1, digunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan 23 ($df = N - 2 = 25 - 2 = 23$) adalah 0,396. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tak ada dimensi berada di bawah nilai korelasi Pearson kritis.

Untuk pengujian kuisisioner bagian II.2 digunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan 23 ($df = N - 2 = 25 - 2 = 23$) adalah 0,396. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tak ada dimensi berada di bawah nilai korelasi Pearson kritis.

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel minimum dilakukan dengan menggunakan rumus yang tercantum pada sub bab 2.7.1. (Cohen, 1988). Jika diinginkan penelitian menggunakan α dan $\beta = 0,05$ dengan $\rho = 0,30$ didapat:

Iterasi 1:

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\rho}{1-\rho} = \frac{1}{2} \ln \frac{1+0,3}{1-0,3} = 0,3095$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up')^2} + 3 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3095)^2} + 3 = 115,9979$$

Iterasi 2:

$$Up = \frac{1}{2} \ln \frac{1+\rho}{1-\rho} + \frac{\rho}{2(n-1)} = \frac{1}{2} \ln \frac{1+0,3}{1-0,3} + \frac{0,3}{2(116-1)} = 0,3098$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3098)^2} + 3 = 115,7792$$

Nilai $Z_{1-\alpha} = Z_{1-0,05} = Z_{0,95}$ dan $Z_{1-\beta} = Z_{1-0,05} = Z_{0,95}$ adalah sebesar 1,645 (dari Tabel Kumulatif Distribusi Normal Standar).

Jumlah sampel yang diperoleh melalui iterasi I hanya memiliki perbedaan kecil dengan hasil iterasi II. Maka iterasi dihentikan, sehingga jumlah sampel minimum yang harus diambil adalah sebesar 116.

Melihat semua hasil uji terhadap kuisisioner, dapat diketahui bahwa tidak diperlukan adanya perubahan pada kuisisioner. Dari pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa kuisisioner telah cukup *reliable* dengan nilai $\alpha > 0,80$. Sehingga proses pengumpulan data selanjutnya dapat menggunakan kuisisioner yang sama dengan kuisisioner yang digunakan pada pengujian pendahuluan. Jumlah data yang harus diambil adalah minimal sebesar 116 data.

4.3. Pengumpulan dan Pengolahan Data Akhir

Pada pengumpulan data akhir ini digunakan teknik sampling *probabilitas*, yaitu dengan metode *stratified random sampling*. Pemilihan metode ini didasari asumsi bahwa populasi pelanggan asuransi kendaraan bermotor di kota Yogyakarta dapat dibagi menjadi subgrup-subgrup sebagai berikut:

1. Wiraswasta
2. Pegawai/karyawan (pekerja swasta)
3. Pegawai/karyawan negeri

Pembagian tersebut didasarkan atas asumsi bahwa terdapat perbedaan karakteristik di antara ketiga subgrup tersebut sehingga terdapat perbedaan preferensi terhadap atribut-atribut desain pelayanan

asuransi kendaraan bermotor yang telah didefinisikan. Pengambilan responden pada ketiga subgrup dilakukan secara random.

Tabel 4.4. Rencana Jumlah Target Kuisisioner

Subgrup	Jumlah
Wiraswasta	90
Pegawai/karyawan (pekerja swasta)	60
Pegawai/karyawan negeri	30
Total	180

Tabel 4.5. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner

Jumlah yang kembali dan dapat diolah	150
Jumlah yang kembali dan tidak dapat diolah	30
Jumlah yang tidak kembali	0
Total Kuisisioner yang disebar	180

Kuisisioner yang diolah berjumlah 150 buah, dengan perincian seperti terlihat pada tabel 4.6. berikut:

Tabel 4.6. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner yang Dapat Diolah

Subgrup	Jumlah
Wiraswasta	90
Pegawai/karyawan (pekerja swasta)	45
Pegawai/karyawan negeri	25
Total	150

4.3.1. Analisis Item

Analisis *item* dilakukan dengan menggunakan koefisien Pearson, yaitu menguji konsistensi antara skor setiap *item* secara keseluruhan. Batas korelasi kritis adalah 0,30. Analisis *item* dilakukan menggunakan *software* SPSS 11 dengan melihat kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada *output* pengujian reliabilitas menggunakan Metode *Alpha Cronbach*. Kuisisioner yang diuji adalah kuisisioner II.1 dan II.2.

Pengujian kuisisioner II.1 menggunakan 150 data. Hasil yang didapat menunjukkan dari 30 *item*, semuanya memiliki nilai di atas 0,30, sehingga tidak ada atribut yang harus dikeluarkan.

Untuk kuisisioner bagian II.2, pelanggan diminta memberikan persepsi mengenai buah perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang diikutinya. Dari 150 responden ini, didapatkan:

Tabel 4.7. Rekapitulasi Jumlah Responden untuk Kuisisioner II.2

Nama Asuransi	Jumlah Responden
Garda Oto	81
Simas mobil	48
Central Asia	15
Lainnya	6
Jumlah	150

Untuk pengujian bagian ini, data dari masing-masing perusahaan asuransi yang berbeda tidak dapat digabung, sehingga harus digunakan data dari perusahaan asuransi yang sama. Data perusahaan asuransi yang akan digunakan di sini adalah 3 perusahaan asuransi yang paling banyak dipilih dan diikuti oleh responden.

Tabel 4.8. Hasil Analisis *Item* Untuk Kuisiomer Bagian II.1. dan II.2.

Kuisiomer Bagian	Nama Asuransi	N	<i>Item</i> yang Keluar
II.1	-	150	-
II.2	Garda Oto	81	-
	Simas Mobil	48	-
	Central Asia	15	-

Hasil analisis *item* selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran C.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Metode *Alpha Cronbach* dan bantuan *software* SPSS 11. Hasil pengujian ini selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran C, dan ringkasnya tercantum seperti pada tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas

Kuisiomer Bagian	Nama Asuransi	α dengan <i>Item</i> Total	α setelah terdapat <i>Item</i> yang dikeluarkan
II.1	-	0,9318	0,9318
II.2	Garda Oto	0,9368	0,9368
	Simas Mobil	0,9432	0,9432
	Central Asia	0,9464	0,9506

Menurut Kaplan dan Saccuzzo (1993), koefisien minimum yang harus dipenuhi oleh sebuah alat ukur adalah 0,70, sehingga hal ini menunjukkan bahwa kuisiomer yang dibuat telah *reliable*.

4.3.3. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan koefisien Pearson, yaitu untuk mengukur nilai korelasi antara skor subtes dengan skor total. Nilai korelasi kritis dihitung dengan tabel nilai korelasi Pearson kritis (Lampiran D) pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (*df*) = $N-2$. Bila *df* tidak terdapat pada tabel, maka pencarian nilai korelasi kritis dilakukan dengan *Metode Interpolasi Linier*.

Pengujian kuisiomer bagian II.1 menggunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan 148 ($df = N-2 = 150-2 = 148$) adalah $< 0,147$. Hasil pengujian menunjukkan semua dimensi berada di atas nilai korelasi Pearson kritis.

Untuk pengujian kuisiomer bagian II.2 digunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan sesuai dengan tabel 4.9 di atas. Hasil pengujian menunjukkan semua dimensi berada di atas nilai korelasi Pearson kritis, kecuali pada Asuransi Central Asia untuk dimensi 2. Hal ini disebabkan karena Asuransi Central Asia datanya sedikit

(hanya 15 data). Sehingga bisa dikatakan kuisioner II.1 dan II.2 memiliki tingkat *construct validity*.

Tabel 4.10. Hasil Pengujian Validitas

Kuisioner Bagian	Nama Asuransi	N	df	r kritis (tabel)
II.1	-	150	148	< 0,147
II.2	Garda Oto	81	79	< 0,218
	Simas Mobil	48	46	< 0,285
	Central Asia	15	13	< 0,514

Hasil pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran D.

4.3.4. Profil Responden

Dari data yang telah dikumpulkan, rekapitulasi profil responden (dari kuisioner bagian I) dapat dilihat pada tabel 4.11. Data profil responden dikelompokkan berdasarkan data masing-masing responden, kemudian diuji tingkat perbedaan yang signifikan pada data preferensi setiap atribut desain di antara kelompok yang terbentuk.

Tabel 4.11. Profil Responden

Data	No.	Keterangan	Jumlah	Persen
D1 (Jenis Kelamin)	1.1	L: Laki-laki	123	82
	1.2	P: Perempuan	27	18
D2 (Usia)	2.1	<20 tahun	9	6
	2.2	20-25 tahun	15	10
	2.3	25-35 tahun	21	14
	2.4	35-45 tahun	45	30
	2.5	>45 tahun	60	40
D3 (Pendidikan Terakhir)	3.1	SD	3	2
	3.2	SMP	15	10
	3.3	SMU	33	22
	3.4	Perguruan Tinggi	96	64
	3.5	Lainnya	3	2
D4 (Pekerjaan)	4.1	Pelajar/mahasiswa	0	0
	4.2	PNS	15	10
	4.3	Karyawan swasta	45	30
	4.4	Wiraswasta	90	60
D5 (Pendapatan)	5.1	< 1 juta	0	0
	5.2	1-1.5 juta	30	20
	5.3	1.5-2.5 juta	30	20
	5.4	2.5-5 juta	75	50
	5.5	>5 juta	15	10
D6 (Status tempat tinggal)	6.1	Ikut orang tua	6	4
	6.2	Kontrakan	15	10
	6.3	Rumah sendiri	114	76
	6.4	Kost	15	10
	6.5	Lain	0	0

D7 (Jumlah kendaraan yang dimiliki)	7.1	1	15	10
	7.2	2	45	30
	7.3	3	75	50
	7.4	>3	15	10
D8 (Perusahaan Asuransi yang diikuti)	8.1	Garda Oto	81	54
	8.2	Simas mobil	48	32
	8.3	Central Asia	15	10
	8.4	Lainnya	6	4
D9 (Jenis Asuransi yang diikuti)	9.1	All risk + huru hara	39	26
	9.2	All risk saja	51	34
	9.3	TLO + huru hara	30	20
	9.4	TLO saja	21	14
	9.5	Lainnya	9	6
D10 (Frekuensi melakukan klaim asuransi)	10.1	0	15	10
	10.2	1	15	10
	10.3	2	45	30
	10.4	3	60	40
	10.5	>3	15	10
D11 (Kendaraan / Mobil yang dimiliki)	11.1	1	27	18
	11.2	2	60	40
	11.3	3	63	42
	11.4	>3	15	10
D12 (Biaya perawatan per bulan)	12.1	<500 rb	6	4
	12.2	500- 1jt	24	16
	12.3	1-1.5	45	30
	12.4	1.5-2.5	60	40
	12.5	lain >2.5 jt	15	10
D13 (Seluruh Kendaraan diasuransikan)	13.1	Tidak	3	2
	13.2	Sebagian tidak	57	38
	13.3	Ya	90	60
D14 (Mengikuti Asuransi kepemilikan)	14.1	Tidak	30	20
	14.2	Ya	120	80
D15 (Pernah berganti asuransi)	15.1	Ya	51	34
	15.2	Tidak	99	66
D16 (Sebab pindah asuransi)	16.1	Premi lebih ringan	12	8
	16.2	Pengurusan klaim mudah	36	24
	16.3	Bonus lebih banyak	27	18
	16.4	Perlindungan luas	63	42
	16.5	Lainnya	6	4
D17 (Informasi mengenai asuransi)	17.1	Kerabat/teman	21	14
	17.2	Iklan tulis/internet	54	36
	17.3	Iklan TV	57	38
	17.4	Pegawai asuransi datang	18	12

D18 (Alasan ikut asuransi di perusahaan tersebut)	18.1	Banyak kantor cabang	60	40
	18.2	Pemilik meyakinkan	45	30
	18.3	Karyawan ramah	15	10
	18.4	Hadiah/bonus	30	20
D19 (Faktor yang menjadikan ketertarikan)	19.1	Pembayaran premi ringan	21	14
	19.2	Klaim cepat/mudah	60	40
	19.3	Perlindungan luas	54	36
	19.4	Lainnya	15	10
D20 (Jangka waktu ikut asuransi premi)	20.1	<2 bulan	15	10
	20.2	2-6 bln	30	20
	20.3	6-12 bln	48	32
	20.4	1-2 thn	27	18
	20.5	Lain >2 thn	30	20
D21 (Periode dalam membayar)	21.1	Bulanan	15	10
	21.2	Triwulan	45	30
	21.3	Setahun	90	60
	21.4	Lainnya	0	0
D23 (Tanggapan mengenai jumlah setoran premi)	23.1	Berat	15	10
	23.2	Sedang	60	40
	23.3	Ringan	60	40
	23.4	Lainnya	15	10
D24 (Yang terjadi pada kendaraan)	24.1	Rusak ringan	45	30
	24.2	Rusak berat	30	20
	24.3	Rusak banjir	9	6
	24.4	Hilang	45	30
	24.5	Lainnya (kerusakan/bencana)	21	14
D25 (Lamanya waktu penyelesaian klaim)	25.1	<3 hari	15	10
	25.2	3-7 hari	21	14
	25.3	1 minggu	51	34
	25.4	2 minggu	45	30
	25.5	Lainnya >2 minggu	18	12
D26 (Faktor yang menyulitkan ketika melakukan klaim)	26.1	Cabang sedikit	30	20
	26.2	Bengkel lambat melakukan perbaikan	45	30
	26.3	Perlu tambahan biaya	24	16
	26.4	Pengurusan berbelit	36	24
	26.5	Lainnya	15	10
D27 (Kepuasan saat melakukan klaim)	27.1	Sangat puas	12	8
	27.2	Puas	18	12
	27.3	Cukup puas	51	34
	27.4	Tidak puas	54	36
	27.5	Sangat tidak puas	15	10

D28 (Sangat puas karena)	28.1	Pengurusan mudah	12	40
	28.2	Pelayanan cepat	12	40
	28.3	Penggantian cepat	6	20
	28.4	Lainnya	0	0
D29 (Tidak puas karena)	29.1	Tidak sesuai janji	37	54
	29.2	Urusan lama/bertele	32	46
	29.3	Lainnya	0	0
D30 (Harapan mengenai pelayanan perusahaan asuransi)	30.1	Janji sesuai	15	10
	30.2	Waktu perbaikan kendaraan dipercepat	66	44
	30.3	Peningkatan pemberian bonus	18	12
	30.4	Pembayaran premi ringan	36	24
	30.5	Lainnya	15	10

Pengujian dilakukan dengan cara *test equality group mean* dan melakukan analisis diskriminan. Hasil pengujian data profil responden adalah seperti tercantum pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12. Hasil Analisis Diskriminan

Pengelompokan Data	Tes <i>Equality Group Mean</i>	Tes Diskriminan
D1 (Jenis Kelamin)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D2 (Usia)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D3 (Pendidikan Terakhir)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D4 (Pekerjaan)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D5 (Pendapatan)	Perbedaan yang signifikan pada atribut no. 10 (Tersedia layanan <i>hotline</i>) dan 11 (Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak, pelayanan pelanggan cepat)	Daya pembeda adalah atribut No13 (Bantuan dan perbaikan secara profesional).
D6 (Status tempat tinggal)	Perbedaan yang signifikan pada atribut No 22 (Lokasi bengkel strategis, dan 29 (Pemberian diskon saat pembayaran).	Daya pembeda adalah No. 13 (Bantuan dan perbaikan secara profesional), 22 (Lokasi bengkel strategis, dan 29 (Pemberian diskon dan pembayaran).

Tabel 4.12. Hasil Analisis Diskriminan (lanjutan)

Pengelompokan Data	Tes Equality Group Mean	Tes Diskriminan
D7 (Jumlah kendaraan yang dimiliki)	Perbedaan yang signifikan pada atribut 29 (Pemberian diskon saat pembayaran).	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D8 (Perusahaan Asuransi yang diikuti)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D9 (Jenis Asuransi yang diikuti)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No 9 (Pelayanan bantuan selama 24 jam), 22 (Lokasi dekat tempat kerja).	Daya pembeda adalah atribut No 22 (Lokasi bengkel dekat tempat kerja).
D10 (Frekuensi melakukan klaim asuransi)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 4 (Tersedia berbagai pilihan asuransi), 16 (Nama baik/reputasi perusahaan), 27 (Kejelasan klausul klaim)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D11 (Kendaraan / Mobil yang dimiliki)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D12 (Biaya perawatan per bulan)	Perbedaan yang signifikan pada atribut No 8 (Proses klaim ditangani secara cepat dan baik), 23 (Lokasi bengkel strategis).	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D13 (Seluruh Kendaraan diasuransikan)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut, 9 (Pelayanan bantuan selama 24 jam), 10 (Tersedia layanan <i>hotline</i>), 13 (Bantuan dilakukan secara profesional), 17 (Keamanan saat pemberian bantuan), 22 (Lokasi bengkel dekat tempat kerja).	Daya pembeda adalah atribut No 13 (Bantuan dilakukan secara profesional), 17 (Keamanan saat pemberian bantuan)
D14 (Mengikut Asuransi kepemilikan)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 1 (Gedung menarik dan fasilitas lengkap), 8 (Proses klaim ditangani secara cepat dan baik).	Daya pembeda adalah atribut No. 1 (Gedung menarik, fasilitas lengkap)
D24 (Yang terjadi pada kendaraan)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 7 (Petugas cepat membantu), 11 (Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak), 17 (Keamanan pelanggan), 21 (Bengkel rujukan mudah dihubungi)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis

Tabel 4.12. Hasil Analisis Diskriminan (lanjutan)

Pengelompokan Data	Tes <i>Equality Group Mean</i>	Tes Diskriminan
D25 (Lamanya waktu penyelesaian klaim)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 15 (Advertensi di berbagai media), 16 (Nama baik/reputasi perusahaan), 21 (Bengkel rujukan mudah dihubungi)	Daya pembeda atribut No 16 (Nama baik/reputasi perusahaan)
D26 (Faktor yang menyulitkan ketika melakukan klaim)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 6 (Petugas cekatan), 9 (Pelayanan selama 24 jam), 14 (Keramahan pegawai dalam melayani), 19 (Keamanan fasilitas kendaraan), 30 (Survei kepada pelanggan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D27 (Kepuasan saat melakukan klaim)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 4 (Tersedia berbagai pilihan asuransi)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D28 (Sangat puas karena)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 10 (Tersedia layanan <i>hotline</i>), 19 (Keamanan fasilitas kendaraan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D29 (Tidak puas karena)	Sama (signifikan)	Tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria dalam analisis
D30 (Harapan mengenai pelayanan perusahaan asuransi)	Perbedaan yang signifikan antara <i>mean</i> preferensi pada atribut No. 4 (Tersedia berbagai pilihan asuransi), 15 (Advertensi perusahaan asuransi), 30 (Survei kepada pelanggan)	Daya pembeda adalah atribut No 30 (Survei kepada pelanggan)

4.3.5. Penentuan Tingkat Kepentingan dan Uji Signifikansi antara

Preferensi dan Persepsi

Penentuan tingkat kepentingan atribut desain dilakukan dengan menggunakan data seluruh responden tanpa dilakukan pengelompokan responden, karena responden dianggap sebagai satu klaster. Uji signifikansi antara preferensi dan persepsi dilakukan menggunakan *t test* pada data preferensi yang berjumlah 150 responden, dibandingkan terhadap data persepsi tiga perusahaan asuransi yang terbanyak diikuti oleh responden (Asuransi Garda Oto, Simas Mobil, dan Central Asia).

Tingkat kepentingan/preferensi didapat dari menghitung rata-rata tingkat kepentingan untuk setiap atribut desain data kuisisioner bagian II.1. Data persepsi dihitung dari setiap perusahaan asuransi yang terbanyak diikuti dan terbanyak diberikan oleh responden dari kuisisioner bagian II.2. Atribut desain ini kemudian diurutkan berdasarkan tingkat kepentingan. Ringkasan nama atribut desain terpenting yang memiliki ranking 10 tertinggi dapat dilihat pada tabel 4.13. berikut ini.

Atribut yang dipilih untuk dikembangkan lebih lanjut pada tahap selanjutnya adalah: atribut No. 8, 4, 16, 14, 22, dan 27. Urutan secara lengkap yaitu atribut 8: perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (ranking 1), atribut 4: tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (2), atribut 16: nama baik dan reputasi perusahaan asuransi (3), atribut 14: keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (4), atribut 22: lokasi bengkel dan kantor strategis/mudah dicapai kendaraan umum (5), dan atribut 27: kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi (6).

Pemilihan atribut no. 8 sebagai tujuan desain, karena atribut ini menempati ranking 1 tingkat kepentingan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dengan preferensi pelanggan. Pemilihan atribut no. 4, 16, 14, 22, dan 27 karena atribut ini mendukung dalam mencapai tujuan desain dari atribut no. 8. Semua atribut di atas termasuk dalam urutan sepuluh teratas dalam tingkat kepentingan pelanggan serta terdapat kesenjangan antara persepsi dan preferensi pelanggan.

Hasil perhitungan tingkat kepentingan, perhitungan nilai persepsi, dan hasil uji signifikansi *t test* terdapat pada lampiran F.

Tabel 4.13. Hasil Uji Signifikansi dan Perhitungan Tingkat Kepentingan

Atribut	Tingkat Kepentingan	Ranking	Asuransi Garda Oto	Asuransi Simas Mobil	Asuransi Asia	Central
PF01	4.653	30	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF02	5.073	24	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF03	5.027	25	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF < P	PF > P	
PF04	7.800	2	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF < P	PF > P	
PF05	5.947	17	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF06	7.213	8	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF07	6.053	16	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF08	7.953	1	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	
PF09	6.947	9	sig.	sig.	sig.	
			PF > P	PF > P	PF > P	

Tabel 4.13. Hasil Uji Signifikansi (lanjutan)

PF10	4.707	29	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF < P	PF > P
PF11	6.147	15	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF12	6.213	14	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF13	7.253	7	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF14	7.667	4	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF15	4.747	28	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF16	7.733	3	sig.	sig.	sig.
			PF < P	PF > P	PF > P
PF17	5.747	18	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF18	6.800	11	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF19	6.493	12	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF20	6.800	10	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF21	6.320	13	sig.	sig.	sig.
			PF < P	PF > P	PF > P
PF22	7.547	5	sig.	sig.	sig.
			PF < P	PF > P	PF > P
PF23	5.707	19	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF24	5.640	20	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF25	5.507	21	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF26	5.133	23	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF27	7.387	6	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF28	4.947	26	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF29	4.853	27	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF > P	PF > P
PF30	5.227	22	sig.	sig.	sig.
			PF > P	PF < P	PF > P

Tabel 4.14. Delapan Atribut Desain Terpenting

Ranking	No.	Atribut	Tingkat Kepentingan
1	8	Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik	7.953
2	4	Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya	7.800
3	16	Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum	7.733
4	14	Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan	7.667
5	22	Lokasi kantor dan bengkel strategis mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum	7.547
6	27	Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi	7.387
7	13	Bantuan kendaraan dan perbaikan kendaraan pelanggan dilakukan profesional	7.253
8	6	Petugas asuransi cekatan, sigap pada pendaftaran, pelayanan pembayaran premi dan proses klaim	7.213

Pemilihan delapan atribut di atas berdasar pada preferensi yang memiliki nilai di atas 7 (penting), yang akan digunakan lebih lanjut untuk perancangan pada tingkat yang lebih detail.

4.4. Penetapan Tujuan Desain

Penetapan tujuan desain menggunakan metode pohon tujuan, dengan tujuan akhir untuk mendapatkan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Tujuan utama ini dapat tercapai dengan mencari tujuan-tujuan pada tingkat di bawahnya. Pembuatan pohon tujuan dengan pertanyaan “bagaimana” (*how*) untuk mendefinisikan tujuan pada tingkat yang lebih rendah dan dengan pertanyaan “mengapa” (*why*) mendefinisikan tujuan pada tingkat yang lebih tinggi. Pembuatan pohon tujuan ini didasarkan hal-hal yang mempengaruhi sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor sehingga dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.1.

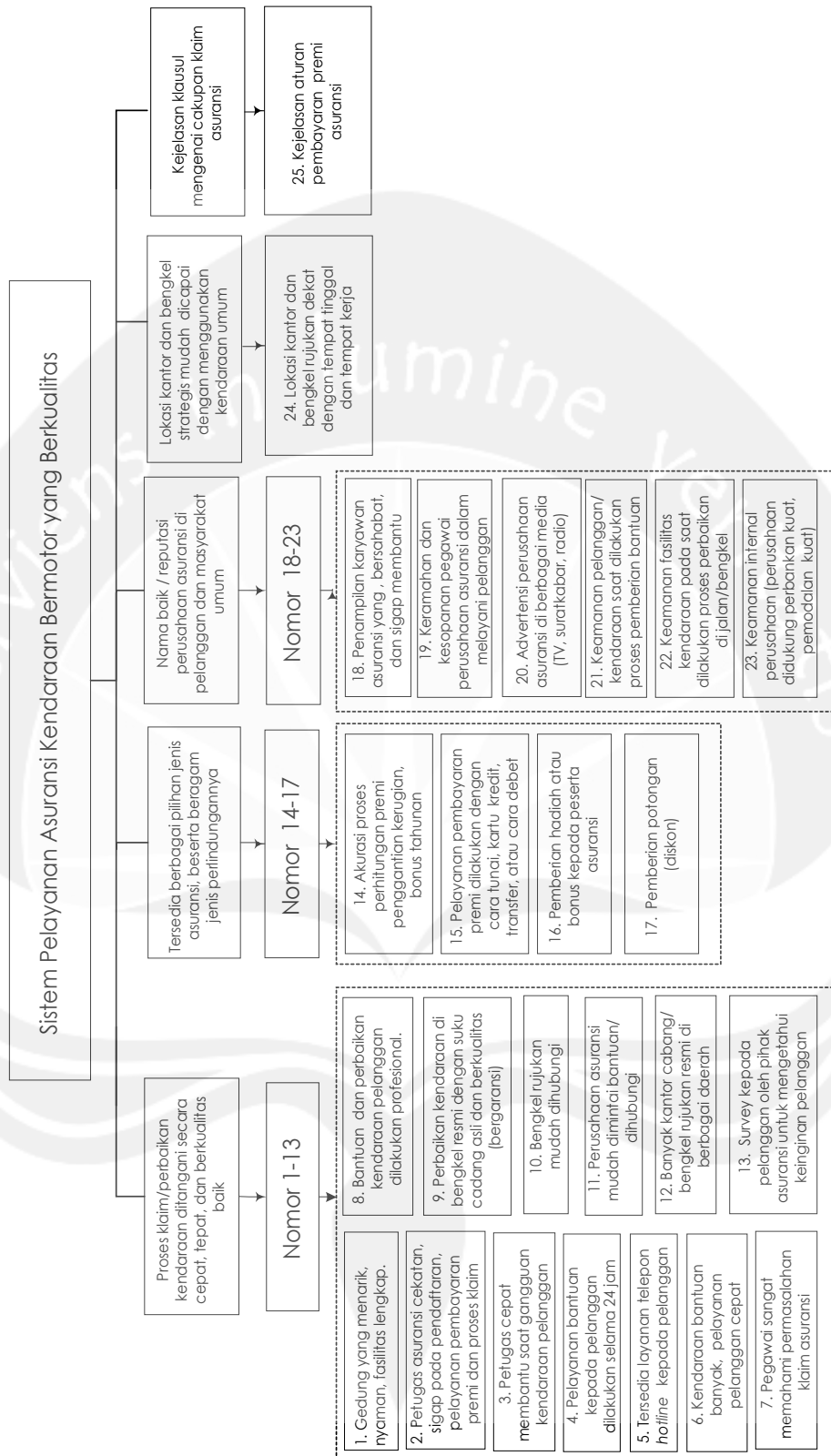
4.5. Penetapan Fungsi Desain

Input dari desain yang dibuat adalah informasi yang mempengaruhi proses pelayanan perusahaan asuransi yaitu perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas. *Input* dalam desain ini dibatasi hanya pada perlakuan-perlakuan yang dialami oleh pelanggan asuransi kendaraan bermotor. Informasi lalu dijabarkan dalam fungsi utama dan subfungsi untuk mengkonversikan *input* menjadi *output*. Fungsi tersebut diperlukan untuk menghasilkan sistem pelayanan asuransi yang berkualitas yang berada di dalam kontrol pihak perusahaan asuransi. Pembuatan fungsi desain ini didasarkan pada studi literatur yang telah

dilakukan mengenai proses/fungsi yang perlu dilakukan untuk mendapatkan pelayanan asuransi berkualitas. Fungsi desain dapat dilihat pada gambar 4.2. dan 4.3



Gambar 4.1. Pohon Keputusan



Gambar 4.2. Analisis Fungsi Desain

4.6. Penetapan Spesifikasi Performansi

Pada tahap ini ditentukan atribut performansi dari setiap kebutuhan yang akan dipenuhi. Atribut performansi tersebut ditentukan untuk menghitung kebutuhan yang masih bersifat kualitatif, sehingga sedapat mungkin atribut performansi dinyatakan dalam bentuk kuantitatif serta dapat diidentifikasi pada batas yang diperbolehkan.

Atribut performansi untuk setiap kebutuhan yang berhasil didefinisikan ini, ditentukan dengan melakukan studi literatur yang berkaitan dengan kualitas sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor dan juga dengan cara berdiskusi dengan manajer sebuah perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Atribut/spesifikasi performansi untuk masing-masing kebutuhan yang akan didesain adalah seperti pada tabel 4.15. berikut:

Tabel 4.15. Spesifikasi Performansi Sistem Pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor yang berkualitas

Kebutuhan Pelanggan	Spesifikasi Performansi
Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik	1. Gedung yang menarik, nyaman, fasilitas lengkap. 2. Petugas asuransi cekatan, sigap pada pendaftaran, pelayanan pembayaran premi dan proses klaim 3. Petugas cepat membantu jika terjadi gangguan kendaraan pelanggan (misal kehilangan, kerusakan) 4. Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam 5. Tersedia layanan telepon <i>hotline</i> secara gratis kepada pelanggan 6. Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak, sehingga pelayanan pada pelanggan cepat 7. Pegawai sangat memahami permasalahan klaim asuransi 8. Bantuan kendaraan dan perbaikan kendaraan pelanggan dilakukan profesional. 9. Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli dan berkualitas (bergaransi) 10. Bengkel rujukan mudah dihubungi 11. Perusahaan asuransi mudah dimintai bantuan/dihubungi 12. Banyak kantor cabang/bengkel rujukan resmi di berbagai daerah 13. Survei kepada pelanggan oleh pihak asuransi untuk mengetahui keinginan pelanggan
Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya	1. Akurasi proses perhitungan premi bulanan, penggantian kerugian, bonus tahunan 2. Pelayanan pembayaran premi dilakukan dengan cara tunai, kartu kredit, transfer, atau cara debet 3. Pemberian hadiah atau bonus kepada peserta asuransi 4. Pemberian potongan (diskon)
Nama baik / reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum	1. Penampilan karyawan asuransi yang menarik, bersahabat, dan sigap membantu. 2. Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan. 3. Advertensi perusahaan asuransi di berbagai media (TV, surat kabar / majalah, radio). 4. Keamanan pelanggan/kendaraan saat dilakukan proses pemberian bantuan.

	5. Keamanan fasilitas kendaraan pada saat dilakukan proses perbaikan di jalan/bengkel. 6. Keamanan internal perusahaan (perusahaan didukung perbankan kuat, pemodalan perusahaan kuat).
Lokasi kantor dan bengkel strategis	1. Lokasi kantor dan bengkel rujukan dekat dengan tempat tinggal dan tempat kerja.
Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi	1. Kejelasan aturan pembayaran premi asuransi.

4.7. Pembentukan Rumah Kualitas

4.7.1. Kebutuhan Pelanggan

Kebutuhan pelanggan pada matriks rumah kualitas didapat dari atribut desain pada kuisioner yang telah dipilih untuk memasuki proses desain yang lebih detil (lihat subbab 4.3.5). Kebutuhan tersebut adalah:

Tabel 4.16. Atribut yang terpilih untuk Tahap Desain secara Detil

No.	Atribut	Tingkat Kepentingan	Uji Signifikansi
1	Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik.	7.953	signifikan
2	Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya.	7.807	signifikan
3	Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum.	7.733	signifikan
4	Lokasi kantor dan bengkel strategis mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum.	7.667	signifikan
5	Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi.	7.387	signifikan

4.7.2. Karakteristik Teknis

Karakteristik teknis pada matriks ini diperoleh dari spesifikasi performansi yang pada langkah sebelumnya (tabel 4.15). Karakteristik teknis ini untuk menghitung kebutuhan pelanggan yang masih bersifat kualitatif, yang sedapat mungkin dinyatakan dalam bentuk kuantitatif.

4.7.3. Penilaian Konsumen

Bagian ini berisi penilaian pelanggan terhadap 3 perusahaan asuransi kendaraan bermotor, yaitu Asuransi Garda Oto, Simas Mobil, dan Central Asia. Penilaian pelanggan ini adalah terhadap 3 perusahaan asuransi yang terbanyak diikuti yang didapat dari hasil kuisioner bagian II.2. Nilai persepsi tersebut adalah seperti pada tabel 4.17. berikut:

Tabel 4.17. Nilai Persepsi pada Atribut Desain yang Terpilih

Atribut	Asuransi Garda Oto	Asuransi Simas Mobil	Asuransi Central Asia
Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik	6.975	6.360	5.933
	PF > P	PF > P	PF > P
Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya	7.000	7.825	5.800
	PF > P	PF < P	PF > P
Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum	7.750	6.160	5.800
	PF < P	PF > P	PF > P
Lokasi kantor dan bengkel strategis mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum	7.675	6.000	5.667
	PF < P	PF > P	PF > P
Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi	6.625	5.880	4.600
	PF > P	PF > P	PF > P

4.7.4. Target Karakteristik Teknis

Penentuan target untuk setiap karakteristik teknis ini adalah dengan mencari karakteristik sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas melalui studi literatur dan berdiskusi dengan manajer perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Target pencapaian untuk masing-masing karakteristik teknis (diambil dari spesifikasi performansi) adalah sebagai berikut:

1. Perbaikan kendaraan yang sedang dalam proses klaim ditangani secara cepat, tepat, dan baik: Perbaikan dilakukan secara cepat, tepat, berkualitas baik, serta memuaskan pelanggan.
 - a. Gedung yang menarik, nyaman, fasilitas lengkap: Penataan interior gedung yang menarik, nyaman, fasilitas lengkap: (kelengkapan fasilitas di dalam/di luar kantor, serta dekat/ada fasilitas pendukung sistem layanan perbankan (Bank/ATM).
 - b. Petugas asuransi cekatan dan sigap pada pendaftaran, pelayanan pembayaran premi dan proses klaim: proses pendaftaran dan pengurusan asuransi dilakukan secara cepat (misal: layanan *online* atau datang sendiri) serta proses pencairan klaim dilakukan secara cepat setelah semua persyaratan dipenuhi oleh pelanggan.
 - c. Petugas cepat membantu jika terjadi gangguan pada kendaraan pelanggan (terjadi kehilangan, kerusakan, dsb). Petugas saat dihubungi pelanggan, cepat datang membawa kendaraan bantuan (kurang dari 1 jam), sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama.
 - d. Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam: pelanggan yang mengalami kesulitan dengan kendaraannya selalu mendapat bantuan setiap saat sepanjang hari.
 - e. Tersedia layanan telepon *hotline* secara gratis kepada pelanggan: ada saluran telepon khusus melalui layanan gratis (bebas pulsa) ketika sedang menghubungi kantor/bengkel.

- f. Jumlah kendaraan bantuan cukup banyak, sehingga pelayanan pada pelanggan dapat dilakukan secara cepat: Pada saat perusahaan dihubungi, kendaraan bantuan cepat datang (kurang dari 1 jam), sehingga pelanggan menunggu tidak terlalu lama.
 - g. Pegawai sangat memahami permasalahan klaim asuransi: pegawai dapat memberikan penjelasan secara lengkap dan jelas kepada pelanggan mengenai permasalahan asuransi dan prosedur pencairan klaim asuransi.
 - h. Bantuan dan perbaikan kendaraan pelanggan dilakukan profesional: bantuan datang dengan cepat, tepat, serta tidak menyulitkan pelanggan. Tersedianya berbagai sistem layanan seperti: (1) Layanan Darurat (*Emergency Service*): adalah layanan untuk memastikan pelanggan dapat segera melanjutkan perjalanan, disediakan bantuan mekanik untuk mengatasi gangguan kendaraan pelanggan. (2) Layanan derek: Bila petugas tidak dapat mengatasi gangguan karena jenis kerusakan yang sulit diselesaikan dalam waktu singkat. (3) Layanan Kecelakaan: Bila pelanggan mengalami kecelakaan kendaraan baik rusak sebagian atau keseluruhan, sehingga tidak dapat meneruskan perjalanan.
 - i. Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli dan berkualitas: penggantian jika terjadi kerusakan pada kendaraan dengan suku cadang asli dan berkualitas, serta diberikan garansi pada suku cadang tertentu.
 - j. Bengkel rujukan mudah dihubungi: Ketika terjadi gangguan pada kendaraan, bengkel resmi mudah dihubungi untuk dimintai bantuan.
 - k. Banyak kantor cabang/bengkel rujukan resmi di berbagai daerah: tersedia cukup banyak bengkel rujukan yang dapat melayani proses perbaikan kendaraan secara cepat.
 - l. Survei kepada pelanggan oleh pihak asuransi untuk mengetahui keinginan pelanggan: Usaha-usaha yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan untuk mengetahui keinginan/kebutuhan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan asuransi, dalam usaha meningkatkan mutu pelayanan.
2. Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya: terdapat bermacam jenis asuransi berikut cakupan pertanggungan dan penggantian kendaraan. Tersedianya berbagai sistem layanan seperti: *All Risks* termasuk Huru-hara 4.1B/SRCC, *All Risks* saja, *Total Loss Only* (TLO) termasuk Huru-hara, *Total Loss Only* (TLO) saja. Sedangkan pada Tanggung Jawab Hukum pihak ketiga (TJH) Akurasi proses perhitungan premi bulanan, penggantian kerugian, bonus tahunan: perhitungan dilakukan secara teliti, cermat, akurat, dan transparan.
- a. Pelayanan pembayaran premi dilakukan dengan cara tunai, kartu kredit, transfer, atau cara debit: sistem pembayaran dapat dilakukan menurut berbagai cara di atas.
 - b. Pemberian hadiah atau bonus kepada peserta asuransi: hadiah atau bonus diberikan pada saat tertentu (misal jika tidak terjadi klaim dalam setahun, saat acara temu pelanggan, undiah berhadiah).

- c. Pemberian potongan (diskon): potongan atau diskon dilakukan kepada pelanggan yang melakukan proses tertentu (misal: pembayaran tepat waktu, tidak terjadi klaim).
3. Nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum: reputasi perusahaan cukup baik dalam segi pelayanan, pengurusan klaim, penggantian rugi sesuai surat perjanjian yang ditandatangani kedua belah pihak.
 - a. Penampilan karyawan asuransi yang menarik, bersahabat, dan sigap membantu: karyawan yang berpenampilan rapi, terpelajar, bersahabat dan menyenangkan dalam melayani pelanggan yang datang.
 - b. Keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan: pegawai ramah, sopan, menentramkan pelanggan yang sedang mengurus atau mengalami kesulitan.
 - c. Advertensi perusahaan asuransi di berbagai media (TV, surat kabar/majalah, radio): promosi perusahaan untuk mencari pelanggan baru dilakukan secara menarik.
 - d. Keamanan pelanggan/kendaraan saat dilakukan proses pemberian bantuan: Pemberian pelayanan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan. Pelanggan/kendaraan tetap terjamin keamanannya (misal: dari gangguan derek liar, pemerasan, dan tindak kejahatan).
 - e. Keamanan fasilitas kendaraan pada saat dilakukan proses perbaikan di jalan/bengkel: pada saat dilakukan proses perbaikan kendaraan, keamanan kendaraan senantiasa terjaga (misal: bengkel yang baik, suku cadang dan asesori asli tidak ditukar dengan yang palsu).
 - f. Keamanan internal perusahaan (perusahaan didukung sistem perbankan kuat, dan struktur pemodal perusahaan kuat): Struktur perusahaan didukung sistem perlindungan dan sistem perbankan yang kuat, serta dapat memenuhi seluruh klaim yang diajukan oleh pelanggan.
4. Lokasi kantor dan bengkel mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum: lokasi kantor/bengkel berada di tempat yang strategis, dan dilewati rute angkutan umum.
 - a. Lokasi kantor dan bengkel rujukan dekat dengan tempat tinggal dan tempat kerja: Lokasi kantor dan bengkel rujukan strategis dan berada dekat dengan tempat bekerja dan kantor asuransi sehingga akan memudahkan dalam proses pengurusan klaim asuransi.
5. Kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi: cakupan klaim asuransi tertulis secara jelas, dan ditandatangani kedua belah pihak untuk menghindari terjadinya wanprestasi (pengingkaran perjanjian) oleh salah satu pihak.
 - a. Kejelasan aturan pembayaran premi asuransi: aturan pembayaran premi asuransi tercantum secara jelas dipahami dan ditandatangani kedua belah pihak.

4.7.5. Hubungan Kebutuhan Pelanggan dan Karakteristik Teknis

Pada tahap ini dianalisis hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknis yang telah didefinisikan. Sehingga diperoleh hubungan yang kuat, sedang, atau lemah. Nilai yang digunakan untuk menggambarkan ketiga hubungan tersebut adalah sebagai berikut (Cohen, 1995):

- * Nilai 9 : hubungan kuat
- * Nilai 5 : hubungan sedang
- * Nilai 1 : hubungan lemah

Kemudian ditentukan tingkat kepentingan dari masing-masing karakteristik teknis tersebut untuk mengetahui prioritas pengembangan karakteristik teknis yang satu dengan yang lain.

Perhitungan tingkat kepentingan absolut (TKA) adalah:

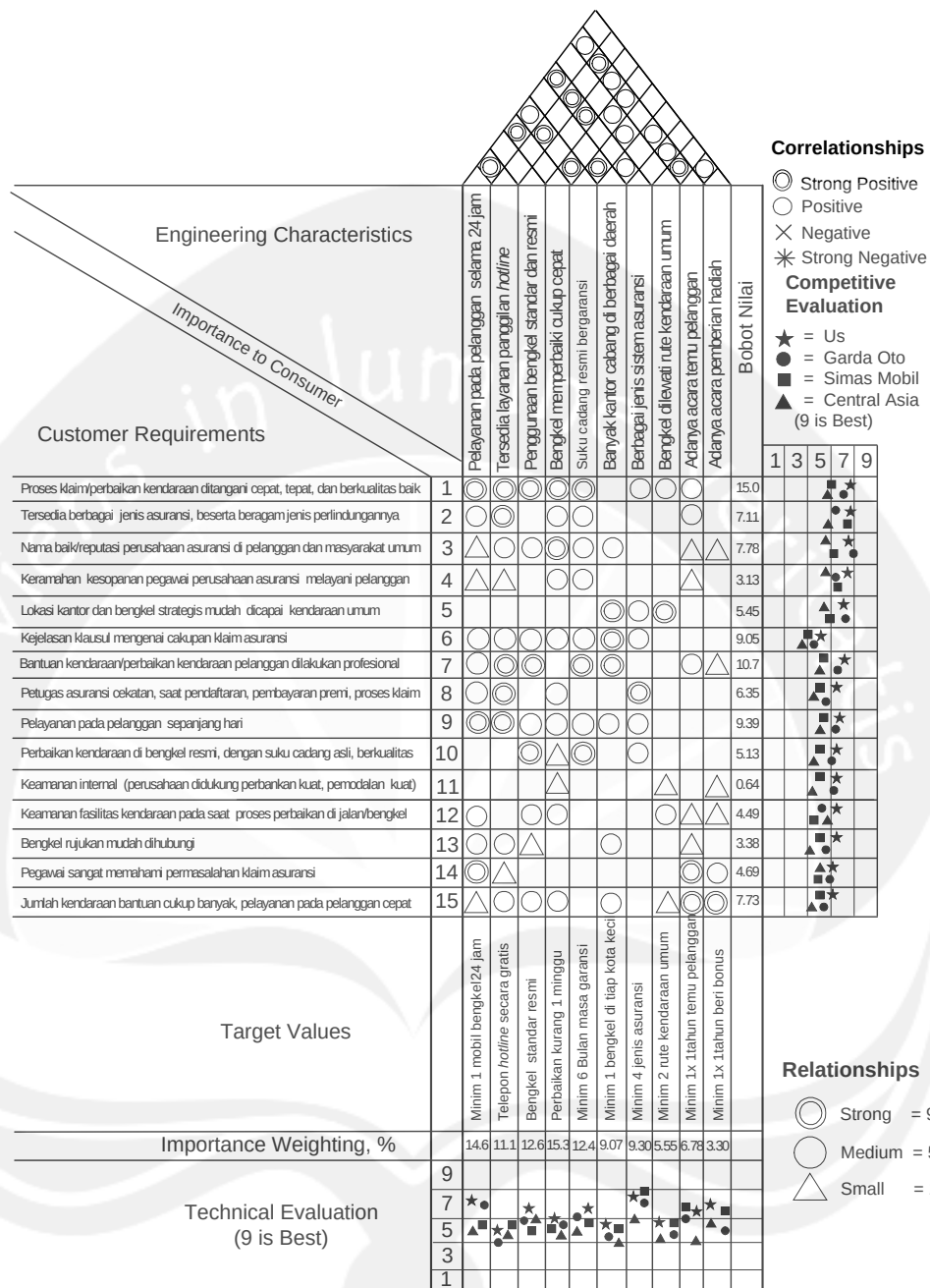
$$TKA = \sum [\text{tingkat kepentingan kebutuhan}] \times [\text{nilai hubungan kebutuhan tersebut dengan karakteristik teknis}]$$

4.7.6. Hubungan antar Karakteristik Teknis

Pada tahap ini ditentukan hubungan antara karakteristik teknis. Di mana lambang yang digunakan untuk menggambarkan hubungan tersebut adalah sebagai berikut:

- ⊙ Strong Positive
- Positive
- No Relationship
- × Negative
- * Strong Negative

Rumah kualitas selengkapny dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4.3. Matriks Rumah Kualitas

4.8. Pembangkitan Alternatif-Alternatif Desain

Proses membangkitkan alternatif desain dilakukan untuk menganalisis kebutuhan pelanggan yang telah berhasil didefinisikan, kemudian membuat matriks perencanaan proses. Analisis pembangkitan alternatif desain dilakukan pada dua hal penting, yaitu kebutuhan pelanggan dan kebutuhan internal (karakteristik teknis). Sehingga dihasilkan peluang untuk dapat melakukan perbaikan desain.

Sebelum membangkitkan alternatif-alternatif desain, perlu dibuat terlebih dahulu peta morfologi untuk mengembangkan solusi pada setiap

proses. Pengembangan alternatif desain difokuskan pada: (1) Pelayanan bantuan pada pelanggan dilakukan selama 24 jam, (2) Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik, serta (3) Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beragam jenis perlindungannya.

Fokus pengembangan alternatif diperoleh dari karakteristik teknis dengan tingkat kepentingan relatif yang lebih tinggi dibandingkan dengan karakteristik teknis lainnya.

Peta morfologi yang dibentuk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18. Peta Morfologi Desain Pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor

Karakteristik Teknis	Solusi	
	A	B
Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam	Menyelenggarakan sistem bengkel pelayanan 24 jam, menyelenggarakan telepon <i>hotline</i> mudah dihubungi (beberapa saluran), bengkel sesuai keinginan konsumen	Membuat bengkel bergerak yang bekerja 24 jam (fleksibel), menyelenggarakan telepon <i>hotline</i> bebas pulsa (gratis), bengkel resmi (rujukan) yang sesuai tipe/merk kendaraan.
Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat, tepat, dan berkualitas baik	Penanganan perbaikan cepat dengan penyediaan mobil pengganti/transport, suku cadang resmi (garansi 6 bulan), menjalin kerjasama dengan bengkel sebanyak-banyaknya.	Penanganan perbaikan cepat, tanpa penyediaan mobil pengganti, penggantian suku cadang resmi (garansi kerja bengkel), menjalin kerjasama dengan bengkel tertentu yang terjamin kualitasnya.
Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya	Asuransi yang fleksibel sesuai kesepakatan dengan pelanggan, serta mengadakan acara angket berhadiah kepada pelanggan setahun sekali.	Asuransi yang sesuai aturan perusahaan dan jenis tertentu dengan banyak pilihan, serta mengadakan acara temu pelanggan minimum setahun sekali.

Keterangan:

1. Pelayanan bantuan kepada pelanggan dilakukan selama 24 jam. Tersedia 2 alternatif, yaitu:
 - a. Menyelenggarakan sistem bengkel pelayanan 24 jam, dengan telepon *hotline* mudah dihubungi (beberapa saluran), serta pilihan perbaikan di bengkel yang sesuai dengan keinginan konsumen.
 - b. Membuat bengkel bergerak yang bekerja 24 jam (fleksibel), menyelenggarakan telepon *hotline* bebas pulsa (gratis), bengkel resmi (rujukan) yang sesuai tipe/merk kendaraan.

Pada alternatif 1 dibutuhkan biaya investasi tinggi dan kurang efektif, sedangkan alternatif 2 akan lebih mudah dan murah dari segi operasional, serta efektif dalam menjangkau pelanggan.

2. Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat, tepat, dan berkualitas baik.
 - a. Penanganan Perbaikan cepat dengan penyediaan mobil pengganti/transport, suku cadang resmi (garansi 6 bulan) serta menjalin kerjasama dengan bengkel sebanyak-banyaknya.
 - b. Penanganan perbaikan cepat, tanpa penyediaan mobil pengganti, dengan penggantian suku cadang resmi (garansi kerja bengkel), serta menjalin kerjasama dengan bengkel tertentu yang terjamin kualitasnya.

Pada alternatif 1 dibutuhkan biaya operasional tinggi dan kurang efektif, sedangkan alternatif 2 akan lebih murah dari segi biaya operasional, serta efektif dalam menjangkau pelanggan.

3. Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya.
 - a. Asuransi yang fleksibel sesuai kesepakatan dengan pelanggan, membuat acara anket berhadiah pada pelanggan setahun sekali
 - b. Asuransi yang sesuai aturan perusahaan dan jenis tertentu dengan banyak pilihan, dengan mengadakan acara temu pelanggan minimum setahun sekali.

Pada alternatif 1 dibutuhkan biaya operasional tinggi dan kurang efektif, sedangkan alternatif 2 akan lebih murah dari segi biaya operasional, serta efektif dalam menjangkau pelanggan.

Dari peta morfologi, dapat dibentuk $2^3 = 8$ alternatif kombinasi solusi desain. Alternatif-alternatif tersebut dapat dilihat pada tabel 4.18:

Tabel 4.19. Alternatif-Alternatif Desain

Karakteristik Teknis	Alternatif-Alternatif Desain							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pelayanan bantuan pada pelanggan dilakukan selama 24 jam	A	A	A	B	A	B	B	B
Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat, tepat, dan berkualitas baik	A	A	B	A	B	B	A	B
Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya	A	B	A	A	B	A	B	B

4.9. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif dilakukan untuk mendapatkan solusi desain yang terbaik dari seluruh alternatif desain yang didapat. Evaluasi dilakukan dengan memberi bobot pada tujuan yang hendak dicapai, kemudian memberikan skor performansi untuk masing-masing alternatif desain terhadap tujuan desain yang hendak dicapai.

4.9.1. Pembobotan Tujuan/Kriteria Desain

Langkah pertama yang dilakukan pada tahap evaluasi alternatif ini adalah penentuan kriteria untuk evaluasi setiap alternatif yang terbentuk. Caranya adalah dengan mengidentifikasi karakteristik dari sistem

pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang dapat membedakan setiap alternatif desain. Selain itu atribut yang dipilih adalah atribut yang dapat diperkirakan performansinya tanpa melakukan simulasi (untuk alasan praktis). Kriteria-kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas pelayanan
2. Kemudahan operasi (praktis)
3. Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat
4. Biaya investasi alat
5. Biaya operasional

Langkah selanjutnya adalah penentuan bobot setiap kriteria dengan menggunakan *weighted objective method*, yaitu membentuk matriks untuk membandingkan tingkat kepentingan antar kriteria. Simbol yang digunakan adalah sebagai berikut:

Angka 1 : bila kriteria pertama lebih penting dari kriteria kedua

Angka 0 : bila kriteria kedua lebih penting dari kriteria pertama

Matriks pembobotan yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Kriteria II Kriteria I	Tingkat kualitas pelayanan	Kemudahan operasi praktis	Proses perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat	Biaya operasional	Biaya investasi alat	TOTAL	RANKING	BOBOT
Tingkat kualitas pelayanan		1	1	1	1	4	1	0.400
Kemudahan operasi (praktis)	0		0	1	1	2	3	0.200
Proses perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat	0	0	1	1	1	3	2	0.300
Biaya investasi alat	0	0	0		1	1	4	0.100
Biaya operasional	0	0	0	0		0	5	0

Gambar 4.4. Matriks Pembobotan Kriteria Desain

Dari gambar 4.4. didapatkan perhitungan urutan pembobotan menurut konsumen adalah: tingkat kualitas pelayanan (1), kemudahan operasi (praktis) (2), proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat (3), biaya operasional (4), dan biaya investasi alat (5).

4.9.2. Evaluasi Setiap Alternatif Desain

Tahap evaluasi alternatif dilakukan dengan memberikan skor performansi pada setiap alternatif desain terhadap kriteria desain yang telah didefinisikan di atas. Kemudian dihitung tiap-tiap kriteria untuk setiap alternatif desain, yaitu dengan mengalikan skor performansi dengan bobot masing-masing kriteria. Alternatif desain yang dipilih adalah alternatif desain yang memiliki jumlah nilai yang paling besar.

Pemberian skor performansi untuk masing-masing kriteria adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas pelayanan
2. Kemudahan operasi (praktis)
3. Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat
4. Biaya investasi alat
5. Biaya operasional

Keterangan:

1. Tingkat kualitas pelayanan.

Didasarkan pada sedikitnya keluhan pelanggan yang masuk ke perusahaan asuransi.

2. Kemudahan operasi (praktis).
Didasarkan pada kemudahan operasi (praktis) dalam implementasi alternatif terpilih.
3. Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat.
Didasarkan pada kecepatan pelayanan yang dicapai dengan implementasi alternatif terpilih.
4. Biaya investasi alat.
Didasarkan pada perkiraan manajer mengenai biaya investasi yang dikeluarkan pada awal pengadaan alat/barang.
5. Biaya operasional.
Didasarkan pada perhitungan manajer mengenai biaya operasi yang dikeluarkan setiap bulan.

Evaluasi alternatif yang dilakukan terlihat pada Tabel 4.20 berikut ini.

Tabel 4.20. Hasil Evaluasi Alternatif

Kriteria	Bobot	Nilai Alternatif							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Tingkat kualitas pelayanan	0.40	3	3	3	4	3	4	4	4
Kemudahan operasi	0.20	3	2	3	3	3	3	2	4
Proses Perbaikan kendaraan cepat dan baik	0.30	2	3	4	2	4	2	4	3
Biaya operasional	0.00	3	3	4	3	2	4	3	2
Biaya investasi	0.10	3	4	3	3	4	4	4	4
Jumlah		2.7	2.9	3.3	3.1	3.4	3.2	3.6	3.7

1. Tingkat kualitas pelayanan

1	Buruk
2	Kurang baik
3	Cukup
4	Baik
5	Sangat baik

2. Skala Kemudahan Operasi (praktis)

1	Sangat tidak praktis
2	Tidak praktis
3	Cukup
4	Praktis
5	Sangat praktis

3. Tingkat kecepatan pelayanan

1	Lambat
2	Kurang cepat
3	Cukup
4	Cepat
5	Sangat cepat

4. Skala Biaya

1	Sangat mahal
2	Agak mahal
3	Cukup
4	Agak murah
5	Sangat murah

Alternatif desain yang dipilih adalah alternatif desain dengan jumlah nilai yang terbesar, yaitu alternatif 8.

4.10. Pembentukan Matriks Perencanaan Proses

4.10.1. Karakteristik Proses

Setelah terpilih alternatif desain terbaik yang akan dikembangkan lebih lanjut, maka langkah selanjutnya adalah membuat matriks perencanaan proses. Sebelum itu, perlu terlebih mendefinisikan proses-proses yang terdapat dalam sistem pelayanan asuransi untuk mencapai

tujuan yaitu dapat menyajikan pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas. Proses tersebut adalah sebagai berikut:

1. Proses pendaftaran.
2. Proses penandatanganan perjanjian.
3. Proses pembayaran premi asuransi.
4. Proses pengajuan klaim.
5. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi.

Dari kelima proses di atas, terlihat bahwa proses selanjutnya dimulai setelah proses sebelumnya berakhir, sehingga tidak terdapat gap pada pendefinisian proses.

Baris pada matriks perencanaan proses ini adalah karakteristik teknis yang terdapat pada matriks rumah kualitas. Sedangkan kolom matriks ini adalah atribut yang sama, tetapi terbagi berdasarkan proses yang terdapat pada sistem pelayanan yang telah didefinisikan di atas.

4.10.2. Target Karakteristik Proses

Penentuan target untuk masing-masing karakteristik proses ini adalah dengan menganalisis karakteristik pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas melalui studi literatur serta juga berdiskusi dengan manajer perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Target pencapaian untuk setiap karakteristik proses adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan kepada pelanggan selama 24 jam: targetnya adalah penyediaan armada bantuan perbaikan dan derek (*mobile repair*) yang bekerja melayani selama 24 jam. Target 7 (skala 1-9)
2. Tersedia layanan panggilan *hotline*: targetnya menyediakan 1 nomor telepon yang mudah diingat dan dihubungi (*hotline*) dengan sistem panggilan bebas pulsa. Target 5 (skala 1-9)
3. Penggunaan bengkel resmi: Penggunaan bengkel rujukan resmi dari perusahaan yang menyelenggarakan perbaikan kendaraan untuk berbagai jenis merk dan jenis kendaraan. Target 7 (skala 1-9)
4. Bengkel memperbaiki cukup cepat: Targetnya waktu perbaikan kendaraan bermotor adalah kurang dari 2 hari untuk kerusakan ringan, kurang dari 4 hari untuk kerusakan sedang, serta kurang dari 1 minggu untuk kerusakan berat. Lebih dari itu perusahaan menyediakan dana kompensasi. Target 9 (skala 1-9).
5. Suku cadang resmi bergaransi: targetnya setiap penggantian suku cadang resmi diberikan suku cadang asli dan garansi hasil kerja bengkel selama 6 bulan. Target 7 (skala 1-9).
6. Banyak kantor cabang di berbagai daerah: targetnya adalah 1 kantor dan bengkel resmi di setiap kota kecil. Target 7 (skala 1-9).
7. Berbagai jenis pelayanan asuransi: targetnya adalah tersedia pelayanan 4 jenis asuransi. Target 9 (skala 1-9) yaitu:
 - a. *All Risks* termasuk Huru-hara 4.1B: Menjamin risiko terhadap kerugian/kerusakan sebagian maupun keseluruhan termasuk penggantian kepada pihak ketiga yang dirugikan. Kondisi ini termasuk jaminan atas: (1) Kerugian atau kerusakan akibat: kecelakaan, termasuk perbuatan jahat orang dengan kekerasan, kebakaran, sambaran petir. (2) Banjir: kerusakan karena banjir ini meliputi kerusakan pada interior, eksterior, panel dashboard,

mekanikal, elektrik, dan kerusakan lainnya atas kendaraan bermotor yang dipertanggungjawabkan. kecuali kerusakan mesin yang disebabkan oleh masuknya air ke dalam blok mesin. (3) Kerugian atau kerusakan di atas atau selama penyeberangan dengan kapal feri. (4) Kerusakan roda bila kerusakan itu mengakibatkan pula kerusakan kendaraan bermotor tersebut. (5) biaya untuk pengangkutan ke bengkel atau tempat lain guna menghindari kerugian/kerusakan, max. 0.5% dari Harga Pertanggungan (6) Huru-hara/kerusuhan/korban terorisme.

- b. *All Risks* saja: semua yang tercantum di atas (a) kecuali (6)
 - c. *Total Loss Only* (TLO) termasuk Huru-hara: (1) Jaminan penggantian kerusakan atau kerugian yang biaya perbaikannya diperkirakan sama dengan atau lebih dari 75% dari harga sebenarnya bila diperbaiki atau karena hilang dicuri dan tidak diketemukan dalam 60 hari sejak terjadi pencurian. (2) Huru-hara/kerusuhan/korban terorisme (SRCC).
 - d. *Total Loss Only* (TLO): semua yang tercantum di c kecuali (2).
8. Bengkel dilewati rute kendaraan umum: minimum bengkel dilewati 2 rute kendaraan umum. Target 9 (skala 1-9)
 9. Adanya acara temu pelanggan: minimum diadakan acara temu pelanggan sekali dalam setahun untuk acara ramah tamah, keakraban, dan dengar pendapat. Target 5 (skala 1-9)
 10. Adanya acara pemberian hadiah: minimum diadakan acara pemberian hadiah kepada pelanggan sekali dalam setahun untuk acara keakraban, penghargaan atas prestasi pelanggan. Target 7 (skala 1-9).
- Matriks perencanaan proses selengkapnya terlihat di gambar 4.5 berikut:

Karakteristik Proses Karakteristik Teknis	Karakteristik Proses												
	Tanya Jawab / Penjelasan	Pengisian Formulir	Melengkapi syarat administrasi	Negosiasi Perjanjian	Pemahaman Nota Kesepakatan	Penandatanganan Perjanjian	Pelanggan membayar dana premi	Pengajuan Klaim	Melampirkan syarat administrasi	Klaim selambatnya 3x24 jam	Pemeriksaan persyaratan	Persetujuan dari Manajer	Pencairan Ganti rugi
	Pendaftaran	Pendaftaran	Pendaftaran	Penandatanganan	Penandatanganan	Penandatanganan	Pembayaran	Pengajuan klaim	Pengajuan klaim	Pengajuan klaim	Pencairan klaim	Pencairan klaim	Pencairan klaim
Pelayanan pelanggan selama 24 jam	○												
Tersedia layanan panggilan <i>hotline</i>		○											
Penggunaan bengkel resmi			○										
Suku cadang resmi bergaransi				○	△	○	○	○					
Bengkel memperbaiki cukup cepat								○					
Banyak kantor cabang di daerah									○				
Berbagai jenis sistem asuransi							○			○	○	○	○
Bengkel dilewati rute kendaraan umum													△
Adanya acara temu pelanggan													△
Adanya acara pemberian hadiah													△
Target	Sub bab 4.10.2												
Tingkat Kepentingan Absolut	9	9	9	5	1	9	14	9	9	5	5	5	12
Tingkat Kepentingan Relatif (%)	8.91	8.91	8.91	4.95	0.10	8.91	13.9	8.91	8.91	4.95	4.95	4.95	11.9

Gambar 4.5. Matriks Perencanaan proses

4.11.1. Karakteristik Subproses

Langkah selanjutnya adalah pembentukan matriks perencanaan subproses, di mana baris pada matriks ini adalah kolom matriks perencanaan proses, dan kolom matriks ini adalah atribut subproses. Satu atau lebih aktivitas dalam proses mungkin memiliki kesamaan dalam penggunaan peralatan atau metode, sehingga akan sangat menguntungkan bila dirancang secara bersama-sama. Aktivitas-aktivitas yang memiliki kesamaan dalam peralatan atau metode disebut sebagai subsistem atau subproses. Langkah selanjutnya adalah mendefinisikan subproses yang terdapat dalam sistem yang dikaji. Subproses yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Proses pendaftaran
2. Proses penandatanganan perjanjian
3. Proses pembayaran premi asuransi
4. Proses pengajuan klaim
5. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi

4.11.2. Target Karakteristik Subproses

Penentuan target untuk masing-masing karakteristik subproses ini adalah dengan mempelajari karakteristik pelayanan asuransi yang berkualitas melalui studi literatur dan juga berdiskusi dengan manajer perusahaan asuransi kendaraan bermotor.

Target pencapaian untuk masing-masing karakteristik subproses adalah sebagai berikut:

1. Proses pendaftaran: pemrosesan dilakukan dengan cepat (kurang dari $\frac{1}{2}$ jam), serta tersedia sistem pendaftaran secara *online*.
2. Proses penandatanganan perjanjian: penandatanganan perjanjian disahkan di hadapan notaris, isi lengkap dan jelas.
3. Proses Pembayaran premi asuransi: pembayaran dilakukan dengan bank yang berkualitas. Sistem pembayaran dilakukan secara *cash*, kartu debit (*visa, maestro, mastercard*), transfer, kartu kredit.
4. Proses pengajuan klaim: Prosedur pengajuan klaim ringkas, sederhana, serta pemrosesan klaim berlangsung cepat (waktu pelayanan kurang dari 24 jam).
5. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi pertanggungan: perbaikan atau pemrosesan klaim (sampai mobil selesai diperbaiki atau turunnya dana/ganti rugi berlangsung cepat).

Matriks perencanaan subproses selengkapnya terlihat pada gambar 4.6.

Karakteristik Proses Karakteristik SubProses		Proses pendaftaran pelanggan	Proses Pendaftaran	Proses Pembayaran premi	Proses Pengajuan klaim	Proses pencairan klaim
		A	B	C	D	E
Tanya Jawab / Penjelasan	Pendaftaran	○				
Pengisian Formulir	Pendaftaran	○				
Melengkapi syarat administrasi	Pendaftaran	○				
Negosiasi Perjanjian	Penanda tanggan	○	○			
Pemahaman Nota Kesepakatan	Penanda tanggan	○	○			
Penandatanganan Perjanjian	Penanda tanggan	○	○			
Pelanggan membayar dana premi	Pembayaran	○	○	○		
Permohonan Pengajuan Klaim	Pengajuan klaim		○	△	○	
Melampirkan syarat administrasi	Pengajuan klaim			△	○	
Klaim selambatnya 3x24 jam	Pengajuan klaim				○	
Pemeriksaan persyaratan	Pencairan klaim					○
Persetujuan dari Manajer	Pencairan klaim					○
Pencairan Ganti rugi	Pencairan klaim					○
TARGET		Subbab 4.10.2.				
Tingkat Kepentingan Absolut		47	37	10	27	27
Tingkat Kepentingan Relatif (%)		31.8	25.0	6.8	18.2	18.2

Gambar 4.6. Matriks Perencanaan Subproses

4.12. Pembentukan Matriks Perencanaan Fungsi

4.12.1. Karakteristik Fungsi

Langkah terakhir adalah membentuk matriks perencanaan fungsi, di mana baris pada matriks ini adalah kolom matriks perencanaan subproses, dan kolom pada matriks ini adalah atribut fungsi dari desain yang diusulkan.

4.12.2. Target Karakteristik Fungsi

Penentuan target untuk masing-masing karakteristik fungsi ini adalah dengan mempelajari karakteristik pelayanan asuransi yang berkualitas melalui studi literatur dan juga berdiskusi dengan manajer perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Target pencapaian untuk masing-masing karakteristik fungsi adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan kepada pelanggan selama 24 jam: targetnya adalah minimum disediakan 1 bengkel yang buka selama 24 jam atau *mobile repair* yang melayani selama 24 jam.
2. Tersedia layanan panggilan *hotline*: targetnya menyediakan 1 nomor telepon yang mudah diingat dan dihubungi (*hotline*) dengan sistem panggilan bebas pulsa.
3. Penggunaan bengkel resmi: Penggunaan bengkel rujukan resmi dari perusahaan yang menyelenggarakan perbaikan kendaraan untuk berbagai jenis merk dan jenis kendaraan.
4. Bengkel memperbaiki cukup cepat: Targetnya waktu perbaikan kendaraan bermotor adalah kurang dari 2 hari untuk kerusakan ringan, kurang dari 4 hari untuk kerusakan sedang, serta kurang dari 1 minggu untuk kerusakan berat.
5. Berbagai jenis sistem pelayanan asuransi: targetnya adalah tersedia pelayanan 4 jenis asuransi yaitu:
 - a. *All Risks* termasuk Huru-hara 4.1B: Menjamin risiko terhadap kerugian/kerusakan sebagian/keseluruhan termasuk penggantian

kepada pihak ketiga yang dirugikan. kondisi ini termasuk jaminan atas: (1) kerugian atau kerusakan akibat: kecelakaan, termasuk perbuatan jahat orang dengan kekerasan, kebakaran, sambaran petir. (2) banjir: kerusakan karena banjir ini meliputi kerusakan pada interior, eksterior, panel dashboard, mekanikal, elektrik, dan kerusakan yang dipertanggungjawabkan. (3) kerugian /kerusakan di atas atau selama penyeberangan dengan kapal feri. (4) kerusakan roda bila kerusakan itu mengakibatkan pula kerusakan kendaraan bermotor tersebut. (5) biaya pengangkutan ke bengkel guna menghindari kerugian/kerusakan, max. 0.5% dari harga pertanggungan (6) huru-hara/kerusuhan.

- b. *All Risks* saja: semua yang tercantum di atas (a) kecuali (6)
- c. *Total Loss Only* (TLO) termasuk Huru-hara: (1) Jaminan penggantian kerusakan atau kerugian yang diperkirakan $\geq 75\%$ dari harga sebenarnya bila diperbaiki atau karena hilang dicuri dan tidak ditemukan dalam 60 hari sejak terjadi pencurian. (2) Huru-hara/kerusuhan/korban terorisme (SRCC).
- d. *Total Loss Only* (TLO): semua yang tercantum di c kecuali (2).
6. Bengkel dilewati rute kendaraan umum: targetnya minimum bengkel dilewati 2 rute kendaraan umum.
7. Adanya acara temu pelanggan: minimum diadakan acara temu pelanggan sekali dalam setahun untuk acara ramah tamah, keakraban, dan dengar pendapat.
8. Adanya acara pemberian hadiah: minimum sekali dalam setahun diadakan acara pemberian hadiah kepada pelanggan untuk acara keakraban, penghargaan atas prestasi pelanggan.

Atribut fungsi dijelaskan secara detil pada subbab 5.9. Matriks perencanaan fungsi selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.7.

Spesifikasi Fungsi	Karakteristik Fungsi	Bengkel / mobil repair selama 24 jam	Telepon <i>hotline</i> bebas pulsa	Bengkel resmijukan perbaikan kendaraan	Bengkel resmi banyak pilihan	Waktu perbaikan kerusakan ringan < 2 hari, sedang < 4 hari, dan berat < 1 minggu	Suku cadang resmi, berkualitas, garansi 6 bulan	Layanan mobil bengkel yang banyak	Ada 4 jenis asuransi	Letak bengkel strategis, dilewati rute kendaraan umum	Acara temu pelanggan dengar pendapat	Acara pemberian hadiah ke pelanggan
Sistem Pelayanan selama 24 jam	A	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Sistem Panggilan <i>hotline</i>	B	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Sistem Perbengkelan resmi/standar	C	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Sistem Perbaikan cepat & berkualitas	D	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Sistem penggantian suku cadang berkualitas	E	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Jumlah kantor cabang banyak	F	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Jenis asuransi banyak	G	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Ada acara temu pelanggan	H	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
TARGET		Subbab 4.11.2. Target Karakteristik Fungsi										
Tingkat Kepentingan Absolut		16	11	23	30	26	20	24	25	20	15	15
Tingkat Kepentingan Relatif (%)		7.11	4.89	10.2	13.3	11.6	8.89	10.7	11.1	8.89	6.67	6.67

Gambar 4.7. Matriks Perencanaan Fungsi

Tabel 4.21. Perhitungan Kebutuhan Konsumen pada HOQ

No	PGO	PSM	PCA	PF	Jml	bobot	%	GO	SM	CA	PF	Bobot PF	%
1	6.975	6.360	5.933	7.953	60	0.135	13.514	0.943	0.859	0.802	1.075	0.150	14.992
2	7.000	7.825	5.800	7.807	29	0.065	6.532	0.457	0.511	0.379	0.510	0.071	7.113
3	7.750	6.160	5.800	7.733	32	0.072	7.207	0.559	0.444	0.418	0.557	0.078	7.775
4	6.900	7.120	6.867	7.667	13	0.029	2.928	0.202	0.208	0.201	0.224	0.031	3.132
5	7.675	6.000	5.667	7.547	23	0.052	5.180	0.398	0.311	0.294	0.391	0.055	5.454
6	6.625	5.880	4.600	7.387	39	0.088	8.784	0.582	0.516	0.404	0.649	0.091	9.051
7	7.150	5.800	5.400	7.253	47	0.106	10.586	0.757	0.614	0.572	0.768	0.107	10.710
8	6.475	5.760	6.467	7.213	28	0.063	6.306	0.408	0.363	0.408	0.455	0.063	6.345
9	6.925	5.560	5.267	6.947	43	0.097	9.685	0.671	0.538	0.510	0.673	0.094	9.385
10	6.100	5.440	5.133	6.800	24	0.054	5.405	0.330	0.294	0.277	0.368	0.051	5.127
11	6.100	5.440	5.133	6.800	3	0.007	0.676	0.041	0.037	0.035	0.046	0.006	0.641
12	5.825	5.200	5.933	6.493	22	0.050	4.955	0.289	0.258	0.294	0.322	0.045	4.488
13	5.675	5.040	4.733	6.320	17	0.038	3.829	0.217	0.193	0.181	0.242	0.034	3.376
14	5.575	4.960	5.000	6.213	24	0.054	5.405	0.301	0.268	0.270	0.336	0.047	4.685
15	5.500	4.920	4.600	6.147	40	0.090	9.009	0.495	0.443	0.414	0.554	0.077	7.725
Jumlah					444	1	100	6.6494	5.8588	5.4588	7.1686	1	100

Tabel 4.22. Perhitungan Karakteristik Teknik pada HOQ

No	PGO	PSM	PCA	PF	Jml	bobot	%	GO	SM	CA	PF	Bobot PF	%
1	6.925	5.560	5.267	6.947	60	0.135	13.514	0.936	0.751	0.712	0.939	0.146	14.606
2	4.250	4.760	4.467	4.707	67	0.151	15.090	0.641	0.718	0.674	0.710	0.111	11.051
3	6.100	5.440	5.133	6.800	53	0.119	11.937	0.728	0.649	0.613	0.812	0.126	12.629
4	6.975	6.360	5.933	7.953	55	0.124	12.387	0.864	0.788	0.735	0.985	0.153	15.327
5	6.100	5.440	5.133	6.800	52	0.117	11.712	0.714	0.637	0.601	0.796	0.124	12.390
6	4.950	5.400	4.200	5.507	47	0.106	10.586	0.524	0.572	0.445	0.583	0.091	9.069
7	7.000	7.825	5.800	7.807	34	0.077	7.658	0.536	0.599	0.444	0.598	0.093	9.301
8	7.675	6.000	5.667	7.547	21	0.047	4.730	0.363	0.284	0.268	0.357	0.056	5.553
9	4.700	5.360	3.933	5.227	37	0.083	8.333	0.392	0.447	0.328	0.436	0.068	6.777
10	4.700	5.360	3.933	5.227	18	0.041	4.054	0.191	0.217	0.159	0.212	0.033	3.297
Jumlah					444	1	100	5.889	5.663	4.979	6.428	1	100

Tabel 4.23. Perbandingan Performasi 3 Perusahaan Asuransi

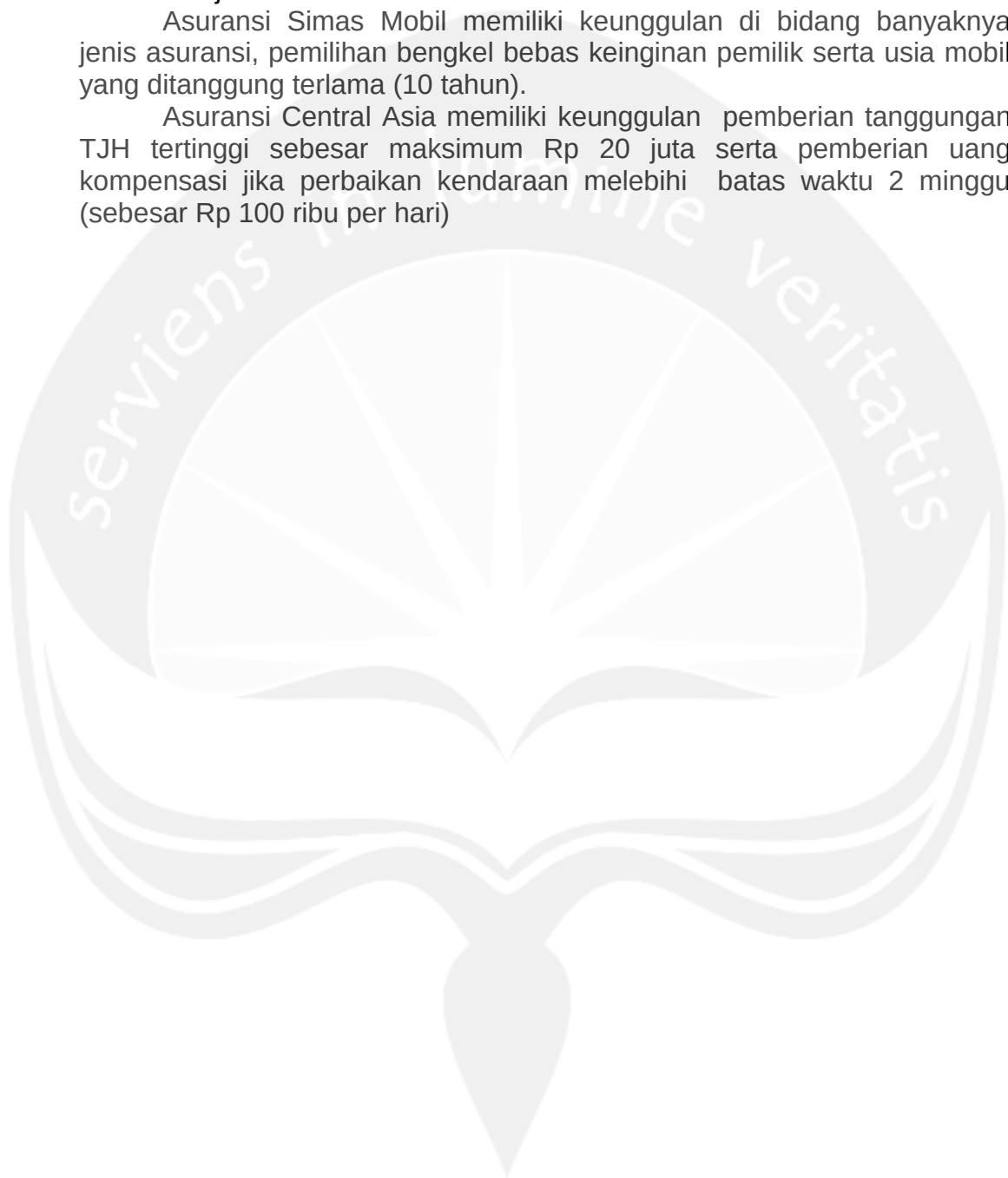
No	Kriteria	Garda Oto	Simas Mobil	Central Asia
1	Usia objek pertanggunggunaan pada setiap awal tahun penutupan	0-5 tahun tambahan (<i>loading</i>) 0.1875% untuk TLO+SRCC, dan 1.25% untuk <i>Comprehensive</i>	0-10 tahun dan sesudahnya dikenai <i>loading</i> 10-50%	0-5 tahun
2	Rate Premi	3 % HPP	3,5% HPP	3,75 % HPP
	Diskon	tidak	1.15% untuk mobil baru 2.Usia s/d 3 bulan dapat diberikan 20 %	tidak

3	Jenis asuransi	Ada 2 1. <i>Comprehensive (All Risk)</i> : termasuk TJH 2. SRCC: SRCC 3. <i>(Strike, Riot, and Civil Commotion)</i> /Kerusuhan, Pemogokan dan 4. Banjir: meliputi kerusakan pada interior, eksterior 5. 2. <i>Total Loss Only (TLO)</i>	Ada 4 1. <i>All Risks</i> termasuk huru-hara 4.1B ditambah gratis TJH 2. <i>All Risks</i> saja ditambah TJH pihak ketiga dan kecelakaan diri 3. Kerugian total (TLO) termasuk huru-hara 4.1B 4. Kerugian total saja (TLO)	ada 2 1. Jaminan Kerugian Total atau TLO (<i>Total Loss Only</i>). 2. Jaminan Komprehensif.
4	No claim bonus	Ya, saat perpanjangan polis akan diberikan bonus	Ya, saat perpanjangan polis akan diberikan bonus	Tidak
5	Proses penerbitan polis	3 hari	5 hari	1 minggu
6	Diskon	Tidak	Diskon sebesar 20%, apabila <i>apply</i> langsung dari <i>website</i> .	Tidak
7	Derek	Derek max 0.5 % HPP	Derek max Rp. 500.000,-	Derek max Rp. 500.000,- Ambulan max Rp 500.000
8	Bengkel Reguler	Sesuai rujukan	Rujukan + bebas keinginan pemilik	Rujukan
9	Waktu perbaikan	1 minggu	10 hari	2 minggu
10	Uang kompensasi	Tidak ada	Tidak ada	Biaya transportasi @ Rp 100.000,- (Hari 15-22)
11	Penyelesaian Klaim	2 minggu	2 minggu	1 bulan
12	Biaya sekali klaim	Rp 100.000/klaim	Rp 100.000/klaim	Rp 100.000/klaim
13	TJH	Max Rp 20 juta	Max Rp 10 juta	Max Rp 20 juta
14	Kecelakaan Diri dan penumpang	Max @ Rp 5 juta untuk 4 orang	Max @ Rp 5 juta untuk 4 orang Max @ Rp 7.5 juta untuk pengemudi	@ Rp 5 juta untuk 3 orang
15	Suku cadang	Suku cadang asli Jaminan Bengkel 6 bulan	Suku cadang asli	Suku cadang asli
16	Sistem pembayaran	Debet, tunai, transfer, kartu kredit	Debet, tunai, transfer, kartu kredit	Debet, tunai, transfer
17	Bank Penjamin	Bank Universal	Bank Internasional Indonesia	Bank Central Asia
18	Fasilitas mobil bantuan	Mobil derek dan mobil bengkel milik perusahaan asuransi selama 24 jam	Mobil derek umum	Mobil derek umum
19	Fasilitas Perbankan	Kartu ID merangkap kartu kredit serbaguna	Kartu ID	Kartu ID
20	Fasilitas komunikasi	<i>Hotline</i>	<i>Hotline</i>	<i>Hotline</i>

Dari perbandingan performansi 3 perusahaan asuransi terlihat bahwa Asuransi Garda Oto memiliki keunggulan di rate premi terendah (3 %) dengan proses penerbitan polis 3 hari, penyediaan berbagai sistem pembayaran dengan kartu identitas multifungsi, jaminan suku cadang asli dan hasil kerja bengkel selama 6 bulan, serta pelayanan bantuan perbaikan selama 24 jam.

Asuransi Simas Mobil memiliki keunggulan di bidang banyaknya jenis asuransi, pemilihan bengkel bebas keinginan pemilik serta usia mobil yang ditanggung terlama (10 tahun).

Asuransi Central Asia memiliki keunggulan pemberian tanggungan TJH tertinggi sebesar maksimum Rp 20 juta serta pemberian uang kompensasi jika perbaikan kendaraan melebihi batas waktu 2 minggu (sebesar Rp 100 ribu per hari)



BAB 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisis Perancangan Kuisisioner

Penulis membagi kuisisioner untuk penelitian ini menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi data karakteristik responden yang diperlukan atas dasar dugaan bahwa perbedaan demografi mempengaruhi preferensi dan persepsi responden. Bagian kedua kuisisioner dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian II.1 berisi pertanyaan tentang preferensi responden dan bagian II.2 berisi pertanyaan tentang persepsi responden. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan merupakan atribut desain. Atribut Perancangan Sistem Pelayanan Asuransi Kendaraan Bermotor dikembangkan secara deduktif dengan mengacu pada dimensi latennya (Parasuraman, 1990) menjadi atribut khusus yang sesuai yang diperlukan dalam desain ini.

Kuisisioner bagian II menggunakan skala interval (bagian II.1) dan skala ordinal (pada bagian II.2). Penggunaan skala ini bertujuan untuk menjamin kekuatan analisis yang tinggi, dan informasi yang lebih rinci dapat diperoleh dari variabel pertanyaan dalam penelitian sehingga dapat memberikan jawaban yang lebih berarti dan akurat bagi pertanyaan penelitian (*research question*).

Seluruh kuisisioner yang diambil sebesar 150 responden yang lebih besar dari batasan minimum 116 responden.

5.2. Analisis Pengumpulan dan Pengolahan Data Awal

Pengumpulan data awal ini bertujuan untuk menguji kuisisioner yang telah dibuat sebagai syarat untuk digunakan sebagai alat penelitian.

Jumlah kuisisioner yang disebar untuk tahap awal adalah 30 buah, yang kembali dan dapat diolah berjumlah 25 buah. Pengujian kuisisioner terdiri dari 3 pengujian, yaitu analisis *item*, uji reliabilitas, dan uji validitas. Masing-masing pengujian dilakukan pada kuisisioner bagian II.1 (untuk preferensi pelanggan) dan bagian II.2 (untuk persepsi pelanggan).

Dari semua uji terhadap kuisisioner, maka dapat disimpulkan bahwa tidak diperlukan adanya perubahan pada kuisisioner. Dari pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa kuisisioner telah cukup *reliable* dengan nilai $\alpha > 0,80$. Sehingga proses pengumpulan data selanjutnya dapat menggunakan kuisisioner yang sama dengan kuisisioner yang digunakan pada pengujian pendahuluan, dengan memperhatikan jumlah data yang harus diambil adalah minimal sebesar 116 data.

5.3. Analisis Pengumpulan dan Pengolahan Data Akhir

Pengumpulan data akhir penelitian ini menggunakan teknik sampling probabilitas dengan metode *stratified random sampling*. Prosedur penggunaan metode ini adalah dengan membagi populasi target menjadi beberapa kelompok (tingkatan), kemudian sampel diambil dari kelompok

tersebut secara random. Keunggulan dari metode ini adalah memperbaiki efisiensi dari proses *sampling* yang dilakukan, yaitu dengan meningkatkan akurasi pada tingkat yang lebih cepat dibandingkan dengan peningkatan biaya. Pada penelitian ini, populasi pelanggan asuransi kendaraan bermotor di kota Yogyakarta dibagi menjadi 3 subgrup sebagai berikut:

4. Wiraswasta
5. Pegawai/karyawan (pekerja swasta)
6. Pegawai/karyawan negeri

Pembagian tersebut didasarkan atas asumsi bahwa terdapat perbedaan karakteristik di antara ketiga subgrup tersebut sehingga terdapat perbedaan preferensi terhadap atribut-atribut desain asuransi kendaraan bermotor yang telah didefinisikan. Pengambilan responden pada ketiga subgrup dilakukan secara acak.

5.3.1. Analisis Pengujian Kuisisioner

Pengujian kuisisioner terdiri dari 3 pengujian, yaitu analisis *item*, uji reliabilitas, dan uji validitas. Masing-masing pengujian dilakukan pada kuisisioner bagian II.1 (untuk preferensi pelanggan) dan bagian II.2 (untuk persepsi pelanggan). Pada kuisisioner bagian II.2, pelanggan diminta memberikan persepsi mengenai asuransi yang diikutinya. Untuk pengujian data bagian ini, data setiap perusahaan asuransi yang berbeda tidak dapat digabung, sehingga harus menggunakan data perusahaan asuransi yang sama. Data perusahaan asuransi yang akan digunakan di sini adalah data dari 3 perusahaan asuransi yang terbanyak dipilih dan diikuti oleh responden. Analisis *item* digunakan untuk mengetahui kualitas dari *item-item* kuisisioner, untuk dapat dimengerti dan ditafsirkan sama oleh responden. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan kuisisioner memberikan hasil ukur yang konsisten, dan pengukuran yang dapat dipercaya atau terbebas dari kesalahan. Uji validitas adalah untuk mengetahui ketepatan hasil pengukuran dengan maksud dan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

Pada pengujian kuisisioner, digunakan bantuan *software* SPSS 11. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kuisisioner bagian II.1 memiliki koefisien Alpha sebesar 0,8262 dan bagian II.2 memiliki koefisien Alpha sebesar 0,8767. Batasan koefisien minimum yang harus dipenuhi oleh sebuah alat ukur adalah 0,70, sehingga hal ini menunjukkan bahwa kuisisioner yang dibuat telah *reliable*.

Uji validitas dilakukan menggunakan koefisien Pearson, yaitu pengukuran korelasi antara skor subtes dengan skor total. Skor subtes adalah skor *item-item* yang memiliki dimensi atribut kualitas yang sama. Uji validitas mengukur homogenitas dari tes yang dilakukan. Untuk pengujian kuisisioner bagian II.1 digunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan 23 ($df = N - 2 = 25 - 2 = 23$) adalah 0,396. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tak ada dimensi berada di bawah nilai korelasi Pearson kritis.

Pengujian kuisisioner bagian II.2 menggunakan nilai korelasi Pearson kritis dengan nilai signifikansi 0.05 dan derajat kebebasan 23 ($df = N - 2 =$

$25 - 2 = 23$) adalah 0,396. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tak ada dimensi berada di bawah nilai korelasi Pearson kritis.

Tes validitas pertanyaan pada kuisioner pendahuluan di atas telah homogen, menunjukkan alat ukur kuisioner tersebut memiliki *construct validity*. Sehingga kuisioner dinyatakan secara valid dan dapat digunakan untuk penelitian secara lengkap.

5.3.2. Analisis Segmentasi Responden

Pengklasteran responden dilakukan dengan menggunakan data responden yang didapat dari hasil kuisioner (kuisioner bagian I). Kemudian dilakukan analisis diskriminan untuk mengetahui atribut-atribut yang berpengaruh dari kelompok responden tersebut.

Hasil analisis diskriminan yang dilakukan terhadap data preferensi pelanggan dengan mengelompokkan responden berdasarkan data jenis kelamin (D1), usia (D2), pendidikan terakhir (D3), pekerjaan (D4), pendapatan/ gaji/uang saku (D5), tempat tinggal (D6), jumlah kendaraan yang dimiliki (D7), perusahaan asuransi yang diikuti (D8), jenis asuransi yang diikuti (D9), frekuensi melakukan klaim (D10), kendaraan yang dimiliki (D11), biaya perawatan per bulan (D12), asuransi seluruh kendaraan (D13), keikutsertaan asuransi yang lain (D14), pergantian asuransi (D15), alasan pindah asuransi (D16), informasi asuransi (D17), alasan ikut asuransi (D18), faktor yang menjadi ketertarikan (D19), jangka waktu ikut asuransi (D20), periode dalam membayar asuransi (D21), setoran premi setiap periode (D22), tanggapan mengenai setoran (D23), kejadian pada kendaraan (D24), lama penyelesaian klaim (D25), faktor yang menyulitkan klaim (D26), kepuasan saat melakukan klaim (D27), sangat puas (D28), tidak puas (D29), harapan mengenai perusahaan asuransi (D30). Hasil menunjukkan bahwa atribut yang tidak memiliki daya pembeda (*discriminating power*) adalah pada kelompok D1, D2, D3, D4, D7, D8, D10, D11, D12, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D26, D27, D28, dan D29. sehingga penilaian tingkat kepentingan pelanggan tidak dapat dibedakan berdasarkan data responden di atas.

Sedangkan hasil analisis diskriminan data preferensi terhadap D5, D6, D9, D13, D14, D15, D16, D25, D30 terdapat perbedaan. Pengelompokan berdasarkan data Pendapatan (D5) bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No. 13 (bantuan dan perbaikan secara profesional).

Pengelompokan berdasarkan status tempat tinggal (D6) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No. 13 (Bantuan dan perbaikan secara profesional), 22 (Lokasi bengkel strategis dekat tempat kerja), dan 29 (Pemberian diskon di pembayaran).

Pengelompokan berdasar data Jenis asuransi yang diikuti (D9). Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 22 (Lokasi bengkel strategis dekat tempat kerja).

Pengelompokan berdasarkan asuransi seluruh kendaraan (D13). Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 13 (Bantuan dilakukan secara profesional), 17 (Keamanan saat pemberian bantuan).

Pengelompokan berdasarkan keikutsertaan asuransi yang lain (D14). Hasil *Test Equality of Group Means* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut atribut No 1 (Gedung menarik, fasilitas lengkap).

Pengelompokan berdasarkan pergantian asuransi (D15). Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 4 (Tersedia berbagai pilihan asuransi).

Pengelompokan berdasarkan alasan pindah asuransi (D16), Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 27 (Kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi).

Pengelompokan berdasarkan lama penyelesaian klaim (D25). Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 16 (Nama baik/ reputasi perusahaan).

Pengelompokan berdasarkan harapan mengenai perusahaan asuransi (D30). Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi pada atribut No 30 (Survei kepada pelanggan).

Tetapi perhitungan tingkat kepentingan tidak berdasarkan segmen yang terbentuk dari data responden tersebut. Perhitungan tingkat kepentingan menggunakan data seluruh responden karena hasil analisis diskriminan yang telah dilakukan menggunakan data D1 dan D2 menunjukkan data responden tidak membedakan preferensi pelanggan.

5.3.3. Analisis Perhitungan Tingkat Kepentingan

Perhitungan tingkat kepentingan menggunakan data seluruh responden, karena seluruh responden dianggap sebagai satu klaster. Dari hasil perhitungan tingkat kepentingan terlihat bahwa:

- ✳ Pelanggan sangat mementingkan kualitas pelayanan perbaikan kendaraan yang mengalami proses klaim. Hal ini terlihat dari atribut *perbaikan kendaraan yang sedang dalam proses klaim ditangani secara cepat, tepat dan berkualitas baik* menempati urutan pertama. Hal ini berarti ada kecenderungan pelanggan mau mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk mendapatkan pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor yang lebih berkualitas.
- ✳ Pelanggan juga sangat memperhatikan faktor *responsiveness* (keinginan membantu pelanggan memberikan pelayanan secara cepat), faktor *reliability* (kemampuan menampilkan pelayanan secara akurat), dan faktor *access* (kemudahan untuk dicapai dan dihubungi).
- ✳ Sedangkan faktor *tangible* (tampilan fisik dari peralatan, ruangan, dan karyawan) dan faktor *understanding to customer* (melakukan usaha untuk mengetahui keinginan pelanggan) tersebut dianggap oleh pelanggan kurang penting bila dibandingkan dengan faktor-faktor pelayanan lainnya. Hal ini terlihat dari tingkat kepentingan atribut pada kedua faktor tersebut yang relatif rendah dibandingkan dengan tingkat kepentingan atribut pada faktor lainnya.

5.3.4. Analisis Persepsi Pelanggan

Data persepsi pelanggan yang diolah adalah data persepsi 3 data perusahaan asuransi yang paling banyak dipilih oleh responden yaitu: Asuransi Garda Oto, Simas Mobil, dan Central Asia. Dari hasil pengolahan data persepsi ini dapat diketahui posisi ketiga perusahaan asuransi tersebut terhadap atribut-atribut yang dianggap penting pada desain sebuah asuransi kendaraan bermotor. Hasil dari pengolahan data persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan ketiga asuransi kendaraan bermotor tersebut menunjukkan bahwa:

- * Berdasarkan penilaian pelanggan, Asuransi Garda Oto yang paling memuaskan dari ketiga perusahaan asuransi. Urutan berikutnya adalah asuransi Simas Mobil, yang ketiga asuransi Central Asia.
- * Menurut penilaian pelanggan, Asuransi Garda Oto memiliki keunggulan pada faktor *competence*, *credibility*, *responsiveness*, *security*, dan *access*.
- * Perusahaan Simas Mobil menurut penilaian pelanggan memiliki keunggulan pada faktor *reliability*, *access*, *security* dan *courtesy*.
- * Perusahaan Central Asia menurut penilaian pelanggan memiliki keunggulan pada faktor *reliability*, *competence*, dan *security*.
- * Sedangkan faktor lainnya yaitu *tangible*, *communication*, dan *understanding the customer*, untuk ketiga perusahaan asuransi relatif setara.

5.3.5. Analisis Perbedaan Preferensi dan Persepsi

Uji signifikansi antara *mean* preferensi dan persepsi dilakukan untuk melihat perbedaan yang signifikan antara nilai preferensi (ekspektasi pelanggan) dengan nilai persepsi (kondisi sistem pelayanan menurut pelanggan).

Bila terdapat perbedaan yaitu nilai preferensi lebih besar dari nilai persepsi, hal ini berarti ekspektasi pelanggan masih belum terpenuhi dari sistem pelayanan yang telah ada, maka gap yang ada diusahakan untuk dihilangkan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Bila terdapat perbedaan dan nilai preferensi lebih kecil dari nilai persepsi, hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan telah terpenuhi dari sistem pelayanan yang telah ada, maka performansi dari atribut ini harus dijaga agar tidak mengalami penurunan. Bila tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi dan persepsi pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa sistem pelayanan yang ada tepat memenuhi ekspektasi pelanggan, maka atribut ini harus dijaga atau ditingkatkan performansinya agar berada di atas preferensi pelanggan.

Dari hasil uji signifikansi *mean* preferensi dan persepsi, dapat diketahui bahwa:

- * Hampir seluruh atribut desain memiliki perbedaan yang signifikan antara *mean* preferensi dan persepsi, dan nilai preferensi > nilai persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pelayanan perusahaan asuransi yang ada rata-rata belum memenuhi ekspektasi pelanggan, masih adanya gap antara ekspektasi pelanggan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan. Dengan demikian, perlu adanya perbaikan sistem pelayanan

terutama pada atribut ini agar tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan minimal sesuai dengan ekspektasi yang mereka inginkan.

- * Beberapa atribut tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara mean preferensi dan persepsi atau nilai preferensi < nilai persepsi adalah atribut perbaikan kendaraan cepat dan berkualitas baik (8), pelayanan bantuan selama 24 jam (9), tersedia layanan telepon *hotline*, reputasi perusahaan di mata pelanggan (16), dan survei ke pelanggan untuk mengetahui keinginan pelanggan (30). Atribut-atribut ini harus dijaga performansinya dan selalu ditingkatkan agar tetap dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.
- * Atribut yang dipilih untuk dikembangkan lebih lanjut adalah atribut 8: perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), atribut 4: tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (*ranking* 2), atribut 16: nama baik dan reputasi perusahaan asuransi (*ranking* 3), atribut 14: keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (*ranking* 4), atribut 22: lokasi bengkel dan kantor strategis/mudah dicapai kendaraan umum (*ranking* 5), dan atribut 27: kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi (*ranking* 6). Pemilihan atribut no. 8 karena atribut ini menempati *ranking* pertama tingkat kepentingan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dengan preferensi pelanggan. Pemilihan atribut no. 4, 16, 14, 22, dan 27 karena atribut-atribut ini mendukung dalam mencapai tujuan desain dari atribut no. 8 dan semuanya termasuk dalam atribut yang memiliki *ranking* sepuluh teratas dalam tingkat kepentingan pelanggan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dan preferensi pelanggan.

5.4. Analisis Tujuan dan Fungsi Desain

Tujuan Penelitian ini, yaitu merancang sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, mengalami penyempitan menjadi tujuan yang lebih fokus tujuannya, yaitu merancang asuransi kendaraan bermotor yang menyajikan asuransi mobil yang berkualitas tinggi, serta memberikan pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan.

Tujuan ini dipersempit karena dari 30 atribut yang dianggap mempengaruhi desain sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor hanya 6 atribut yang terpilih untuk dirancang lebih detail, yaitu atribut atribut No. 8, 4, 16, 14, 22, dan 27. Urutan secara lengkap yaitu atribut 8: perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), atribut 4: tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (2), atribut 16: nama baik dan reputasi perusahaan asuransi (3), atribut 14: keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (4), atribut 22: lokasi bengkel dan kantor strategis/mudah dicapai kendaraan umum (5), dan atribut 27: kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi (6).

Pemilihan atribut no. 8 karena atribut ini menempati *ranking* pertama tingkat kepentingan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dengan preferensi pelanggan. Pemilihan atribut no. 4, 16, 14, 22, dan 27 karena atribut-atribut ini mendukung dalam mencapai tujuan desain dari atribut no. 8 dan semuanya termasuk dalam atribut yang memiliki

ranking sepuluh teratas dalam tingkat kepentingan pelanggan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dan preferensi pelanggan.

Dengan mengacu pada diagram fungsi yang telah dibuat (gambar 4.2), dapat diketahui bahwa lingkup dari desain yang dilakukan terhadap pada 5 fungsi utama, yaitu sebagai berikut:

6. Pendaftaran peserta asuransi
7. Penandatanganan akta perjanjian
8. Pembayaran sejumlah dana premi
9. Proses klaim
10. Pemberian ganti rugi/pertanggungan

Analisis dilakukan pada setiap fungsi utama, sehingga dapat diketahui alur yang harus dilalui perusahaan asuransi. Input yang berupa informasi akan mempengaruhi proses penerimaan pendaftaran peserta asuransi baru dapat dikonversikan oleh pihak perusahaan asuransi menjadi penyajian pelayanan asuransi yang berkualitas tinggi yang diberikan kepada pelanggan. Informasi yang mempengaruhi proses pelayanan asuransi dapat berupa jumlah pendaftaran, jumlah klaim yang masuk, jumlah pertanggungan yang diajukan, keluhan pelanggan, dan lain-lain. Data ini kemudian diproses sehingga perusahaan asuransi dapat menentukan apakah pelayanan asuransi yang diberikan sudah sesuai dengan standar/kriteria perusahaan asuransi. Sistem pelayanan ini perlu juga dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis untuk mengetahui jumlah pangsa pasar perusahaan asuransi tersebut, serta posisi perusahaan dibandingkan dengan perusahaan asuransi lainnya.

5.5. Analisis Rumah Kualitas

Dari matriks rumah kualitas, dapat diketahui tingkat hubungan antara kelima atribut kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknisnya. Karakteristik teknis ini digunakan untuk mengukur/ mengkuantitatifikasi kebutuhan pelanggan yang masih bersifat kualitatif. Dari perhitungan tingkat kepentingan absolut dapat diketahui bahwa karakteristik yang terpenting adalah: penanganan perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (2), nama baik dan reputasi perusahaan asuransi (3), keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (4), lokasi bengkel dan kantor strategis/mudah dicapai kendaraan umum (5), kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi (6). Dengan melihat urutan tingkat kepentingan ini, dapat diketahui atribut yang memiliki prioritas yang lebih tinggi dari atribut lainnya untuk langkah perancangan selanjutnya. Karakteristik teknis ini diusahakan untuk dapat diukur secara kuantitatif.

Penilaian pelanggan terhadap keenam atribut kebutuhan pelanggan, menunjukkan bahwa untuk atribut penanganan perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), ternyata asuransi Garda Oto berada pada *ranking* pertama, sedangkan untuk atribut tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (*ranking* 2) dan keramahan dan

kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (*ranking* 4), asuransi Simas Mobil berada pada *ranking* pertama.

Dengan memperhatikan kondisi dari perusahaan asuransi yang sudah ada, maka atribut *perancangan penanganan perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan yang berkualitas baik*, serta atribut *nama baik dan reputasi perusahaan asuransi* akan mengacu pada standar dari perusahaan asuransi Garda Oto sebagai dasar perancangan. Atribut tersebut oleh pelanggan asuransi Garda Oto dianggap terbaik dari perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang ada. Sedangkan untuk perancangan atribut *tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi* dan atribut *keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan*, maka akan mengacu pada standar dari asuransi Simas Mobil.

5.6. Analisis Pengembangan dan Pemilihan Alternatif Desain

Pengembangan alternatif dilakukan dengan berfokus pada (1) Pelayanan bantuan pada pelanggan dilakukan selama 24 jam, (2) Tersedia layanan telepon *hotline* secara gratis kepada pelanggan, (3) Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli dan berkualitas (bergaransi), (4) Proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik, (5) Perbaikan kendaraan di bengkel resmi dengan suku cadang asli dan berkualitas (bergaransi), (6) Banyak kantor cabang/bengkel rujukan resmi di berbagai daerah, (7) Tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beragam jenis perlindungannya, (8) Lokasi kantor dan bengkel strategis mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum, (9) Survei pada pelanggan oleh pihak asuransi untuk mengetahui keinginan pelanggan, dan (10) Pemberian potongan (diskon).

Dari hasil pembobotan kriteria, urutan tingkat kepentingan menurut konsumen adalah: tingkat kualitas pelayanan (1), kemudahan operasi/praktis (2), proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat (3), biaya operasional (4), dan biaya investasi alat (5).

Dari hasil evaluasi alternatif dapat diketahui bahwa pengeluaran biaya investasi pada pengendalian kualitas pelayanan asuransi kendaraan bermotor menyebabkan kriteria yang menunjukkan kemudahan operasi/praktis, proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani cepat dan tepat memiliki nilai performansi yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa biaya investasi yang tinggi dapat ditutupi dengan meningkatnya kualitas pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang ditawarkan. Karena alternatif-alternatif desain lainnya memiliki total nilai yang lebih rendah dari alternatif ke-8 ini, maka alternatif ke-8 dianggap merupakan alternatif terbaik untuk diimplementasikan.

5.7. Analisis Matriks Perencanaan Proses

Karakteristik proses adalah sama dengan karakteristik teknis yang terbentuk pada matriks rumah kualitas. Perbedaannya adalah atribut karakteristik proses adalah atribut karakteristik teknis yang dibagi-bagi pada proses yang terdapat pada sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor. Sehingga dapat diketahui setiap karakteristik teknis akan

berpengaruh pada proses pelayanan, yaitu pada proses pendaftaran, proses penandatanganan perjanjian, proses pembayaran premi asuransi, proses pengajuan klaim, dan proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi. Seluruh karakteristik teknis yang terdapat pada matriks rumah kualitas dikembangkan dalam matriks perencanaan proses ini.

5.8. Analisis Matriks Perencanaan Subproses

Subsistem atau subproses adalah aktivitas-aktivitas yang memiliki kesamaan dalam peralatan atau metode. Kesamaan-kesamaan yang terdapat dalam aktivitas yang tergabung dalam sub-sub sistem berikut ini akan dijelaskan sebagai berikut:

6. Proses pendaftaran: pemrosesan dilakukan dengan cepat (kurang dari $\frac{1}{2}$ jam), serta tersedia sistem pendaftaran secara *online*.
7. Proses penandatanganan perjanjian: penandatanganan perjanjian disahkan di hadapan notaris, isi lengkap dan jelas.
8. Proses Pembayaran premi asuransi: pembayaran dilakukan dengan bank yang berkualitas. Sistem pembayaran dilakukan secara *cash*, kartu debit (*visa, maestro, mastercard*), transfer, kartu kredit.
9. Proses pengajuan klaim: Prosedur pengajuan klaim ringkas, sederhana, serta pemrosesan klaim berlangsung cepat (waktu pelayanan kurang dari 24 jam).
10. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi pertanggungan: perbaikan atau pemrosesan klaim (sampai mobil selesai diperbaiki atau turunnya dana/ganti rugi berlangsung cepat).

5.9. Analisis Matriks Perencanaan Fungsi

Pada tahap terakhir ini karakteristik subproses diterjemahkan ke dalam spesifikasi fungsi, yaitu atribut yang digunakan untuk membentuk proses. Spesifikasi fungsi yang terdapat pada matriks perencanaan fungsi yang telah dibuat, dinyatakan dengan mengidentifikasi peralatan, fasilitas, atau metode yang digunakan. Untuk lebih jelasnya, atribut fungsi ini akan dibahas pada subbab selanjutnya.

5.10. Analisis Desain secara Detil

Pada subbab ini akan dibahas mengenai desain secara detil, mulai dari proses pendaftaran pelanggan sampai dengan proses pelayanan klaim asuransi kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat menikmati sistem pelayanan asuransi yang berkualitas.

5.10.1. Analisis Pendahuluan

1. Proses pendaftaran
 - a. Proses pendaftaran dimulai ketika seorang calon pelanggan datang untuk mendapatkan informasi. Pendaftaran bisa (a) pelanggan datang sendiri, (b) melalui jasa penjual kendaraan yang bekerjasama saat terjadi pembelian kendaraan, (c) Secara *online* melalui internet.
 - b. Calon pelanggan datang bertanya segala sesuatu mengenai proses asuransi. Berbagai hal yang ditanyakan antara lain: Jenis pilihan asuransi, cakupan perlindungan dan pertanggungan, prosedur perbaikan, cara klaim, bonus, hadiah dan sebagainya. Hendaknya:

- perusahaan menyediakan brosur, literatur, serta penjelasan lisan kepada pelanggan secara jelas dan lengkap.
- c. Calon pelanggan mengisi formulir. Pengisian dilakukan secara tertulis dengan panduan pegawai perusahaan asuransi, atau dapat juga secara *online* melalui internet.
 - d. Calon pelanggan melengkapi syarat administrasi seperti: KTP, SIM, STNK, dan BPKB kendaraan.
2. Proses penandatanganan perjanjian. Proses ini dimulai dengan:
- a. Proses negosiasi antara calon pelanggan dengan perusahaan asuransi. Jika perusahaan sudah memiliki aturan baku, maka proses ini akan berlangsung secara singkat.
 - b. Jika sudah saling memahami hak dan kewajiban masing-masing pihak, perusahaan asuransi dan pelanggan menyatakan pemahaman nota kesepakatan (biasanya secara lisan).
 - c. Untuk menguatkan secara hukum, maka semua perjanjian dituangkan ke dalam surat perjanjian tertulis. Karena biasanya form isian sudah disediakan oleh perusahaan asuransi, maka pelanggan hendaknya menyediakan waktu sebentar untuk membaca isi perjanjian. Selanjutnya kedua belah pihak mulai menandatangani surat kesepakatan/kontrak tersebut.
3. Proses pembayaran premi asuransi. Proses ini merupakan kewajiban pelanggan asuransi kepada perusahaan asuransi. Kewajiban ini yaitu pelanggan diwajibkan menyetorkan sejumlah uang sesuai kesepakatan kepada perusahaan asuransi sebagai premi.
4. Proses pengajuan klaim. Pada saat pelanggan mengalami musibah dan maka pelanggan dapat mengajukan proses:
- a. Permohonan pengajuan klaim.
 - b. Pengajuan klaim selambatnya 3 x 24 jam setelah kejadian berlangsung.
 - c. Pelampiran syarat administrasi.
5. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi
- a. Pemeriksaan permohonan klaim yang diajukan.
 - b. Pemeriksaan persyaratan dan isi perjanjian.
 - c. Pemeriksaan oleh manajer bagian klaim untuk permintaan persetujuan.
 - d. Pencairan permohonan klaim

5.10.2. Analisis Detil

Perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor mengacu pada standar berbagai perusahaan asuransi yang ada, serta menambahkan berbagai hal (fitur) untuk tujuan kepuasan konsumen. Gambaran perusahaan asuransi yang dirancang adalah:

Desain Asuransi yang sesuai Ekspektasi Konsumen

1. Faktor keunggulan

- * Pelanggan terbebas resiko sendiri saat melakukan klaim ke bengkel rujukan, asalkan kecelakaan tersebut dilaporkan dalam waktu 3 x 24 jam (hari kerja), kerugian dijamin polis dan biaya penggantian klaim lebih tinggi dari resiko sendiri *partial loss*.

- * Bebas prorata untuk klaim kerusakan sebagian (*Partial Loss*) yang pertama (klaim prorata pertama).
 - * Tersedia premi khusus untuk mobil mewah, apabila harga di atas Rp. 400.000.000,- Hanya berlaku untuk jenis sedan dan berlaku secara Nasional dan perbaikan boleh di bengkel mana saja termasuk bengkel *Authorised ATPM*.
 - * *Non Claim Bonus* jika tidak ada klaim sampai dengan saat perpanjangan polis sehingga memungkinkan tertanggung mendapat premi lebih murah pada saat perpanjangan polis tersebut.
 - * Mempunyai *Claim Centre* dengan proses klaim cepat.
 - * Memiliki kantor Cabang/Perwakilan yang banyak sehingga memudahkan proses klaim.
 - * Tersedia Asuransi Huru-Hara terluas (4.1B) dengan *rate* serta resiko sendiri terendah.
 - * Mendapat *discount* sebesar 20%, apabila *apply* langsung dari *web site*, tidak berlaku untuk mobil mewah karena sudah mendapat *rate* khusus serta premi sudah mendapat potongan.
 - * Belum termasuk biaya administrasi sebesar Rp. 20.000,-
 - * Harga pertanggungan asuransi adalah jumlah harga kendaraan dengan harga perlengkapan tambahan.
2. Faktor Premi:
- * Rate premi sebesar 3.0 % dari harga pertanggungan kendaraan bermotor. Rate *All Risk* termasuk Huru-hara untuk kendaraan penumpang sebesar 3,0 %.
 - * Tersedia rate premi yang lebih murah. Ada, yaitu kondisi TLO (*Total Loss Only*) termasuk Huru Hara yaitu 1.5 % harga mobil.
 - * Penetapan harga mobil berdasarkan harga jual *showroom* resmi dan dengan memperhatikan kecenderungan kenaikan harga selama periode pertanggungan. Bila mobil tersebut baru maka digunakan harga pembelian dari *showroom*.
 - * Tersedia *discount* Premi ada sebesar 15% untuk mobil baru, serta 20 % usia mobil sampai dengan 3 bulan.
 - * Usia kendaraan yang masih dapat ditutup sampai dengan 10 tahun. Usia kendaraan 6-10 tahun atau lebih dikenakan *loading premi* dari 10% sampai dengan 50%.
 - * Proses penerbitan polis paling lama 5 hari kerja.
 - * Tersedia premi Pahe (paket hemat) yaitu:
 - a. Premi Pahe I : Rp 375.000 : kendaraan yang dijamin sampai usia maksimum 15 Tahun. Maksimum Jaminan:

TLO	:	Rp 25.000.000
<i>Partial Loss</i>	:	Rp 5.000.000 (<i>whole period</i>)
<i>OR/ Deductible</i>	:	Rp 100.000 (<i>one accident</i>)
 - b. Premi Pahe II : Rp 750.000 : kendaraan yang dijamin sampai usia maksimum 15 Tahun. Maksimum Jaminan:

TLO	:	Rp 50.000.000
<i>Partial Loss</i>	:	Rp 10.000.000 (<i>whole period</i>)
<i>OR/ Deductible</i>	:	Rp 100.000 (<i>one accident</i>)
3. Prosedur pendaftaran asuransi
- a. Formulir Asuransi Kendaraan Bermotor diisi dengan lengkap dan ditandatangani

- b. Dilakukan survei terhadap mobil tersebut
 - c. Bila disetujui polis dapat segera diterbitkan
 - d. Pembayaran Debet, Kartu Kredit, atau tunai/transfer atau Cek/Giro hari yang sama.
4. Cakupan Perlindungan asuransi. Kondisi yang dijamin adalah:
- a. *All Risks* termasuk Huru-hara 4.1B,
 - b. *All Risks* saja,
 - c. *Total Loss Only* (TLO) termasuk Huru - hara,
 - d. *Total Loss Only* (TLO) saja
 - e. Sedangkan Tanggung Jawab Hukum Pihak Ketiga (TJH) sebagai perluasan penutupan *All Risks* diberikan gratis sebesar Rp 1.000.000
 - f. Namun limit ini dapat ditingkatkan menjadi Rp 10.000.000 atau lebih tinggi s/d Rp 50.000.000 dengan tambahan premi.
5. Resiko yang dijamin
- a. Resiko yang dijamin asuransi *All Risks* adalah:
- 1. Kerugian atau kerusakan akibat: Tabrakan, benturan, terbalik, tergelincir dari jalan, termasuk akibat cacat sendiri, Perbuatan jahat orang lain, Pencurian termasuk pencurian yg didahului dengan kekerasan, Kebakaran, Sambaran petir
 - 2. Banjir: kerusakan karena banjir ini meliputi kerusakan pada interior, eksterior, panel *dashboard*, mekanikal, elektrik, dan kerusakan lainnya atas kendaraan bermotor yang dipertanggungjawabkan. Demi menghindari subjektivitas penentuan penyebab kerusakan, maka kerusakan mesin yang disebabkan oleh masuknya air ke dalam blok mesin tidak termasuk dalam jaminan.
 - 3. Kerugian atau kerusakan di atas selama penyeberangan dengan feri atau alat penyeberangan resmi lain di bawah Dirjen Perhubungan Darat.
 - 4. Kerusakan roda bila kerusakan itu mengakibatkan pula kerusakan kendaraan bermotor tersebut.
 - 5. Biaya wajar untuk Pengangkutan ke Bengkel atau tempat lain guna menghindari kerugian/kerusakan lebih banyak, maksimum sebesar 0.5% HPP (Harga Pokok Pertanggungjawaban)
- b. Resiko yang tidak dijamin asuransi *All Risks* adalah:
- 1. Kehilangan keuntungan/upah atau kerugian keuangan akibat tidak dapat dipergunakannya kendaraan tersebut.
 - 2. Kerusakan atau kehilangan Peralatan Non Standar yang tidak disebutkan dalam polis.
 - 3. Kerusakan atau kehilangan kendaraan bermotor akibat penggelapan
 - 4. Kerugian atau kerusakan kendaraan bermotor akibat perbuatan jahat Tertanggung (suami/istri, anak, karyawan atau seijin Tertanggung)
 - 5. Kerugian atau kerusakan akibat: menarik kendaraan lain, balap, pawai, untuk kejahatan atau maksud lain dari yang ditetapkan dalam polis, kelebihan muatan atau dijalankan secara paksa, dijalankan dalam keadaan rusak, tidak memiliki SIM atau mabuk, memasuki jalan yang dilarang masuk, barang yang sedang dimuat, dibongkar di kendaraan tersebut, reaksi atau radiasi nuklir.

6. Kerugian atau kerusakan: Gempa bumi, letusan gunung berapi, angin topan, badai, banjir, perang, huru-hara, kerusakan, pemogokan atau gangguan ketertiban umum lain dan sebagainya.
7. Aus, Sifat kekurangan sendiri Kendaraan Bermotor tersebut.

c. *Resiko yang dijamin asuransi All Risks termasuk huru-hara 4.1B.*

Dengan ini disetujui dan dinyatakan: Bahwa menyimpang dari Pasal 3, Butir 6.2 dan 6.3 Polis ini, atas dasar pembayaran premi tambahan, Penanggung menyetujui memperluas pertanggungan ini sebagaimana diatur dalam Endorsemen ini;

1. Bahwa menyimpang dari arti yang berbeda yang mungkin diberikan oleh sesuatu peraturan hukum yang berlaku, untuk keperluan Endorsemen ini semua istilah yang dicetak miring diartikan sebagaimana diuraikan dalam Butir 3 definisi Endorsemen ini;
2. Pertanggungan ini diperluas terhadap kerusakan atau kerugian dari kendaraan bermotor yang dipertanggungkan yang secara langsung maupun tidak langsung disebabkan oleh salah satu atau lebih dari risiko-risiko berikut: kerusakan, pemogokan, penghalangan bekerja, perbuatan jahat, terorisme, sabotase, huru-hara, pembangkitan rakyat tanpa penggunaan senjata api, revolusi tanpa penggunaan senjata api, makar, pencegahan sehubungan dengan risiko-risiko di atas. kerugian atas kendaraan bermotor yang dipertanggungkan yang secara langsung maupun tidak langsung disebabkan oleh: penjarahan yang terjadi selama kerusakan atau huru-hara dengan syarat risiko-risiko tersebut tidak berkembang dalam rangkaian kejadian yang tidak terputus menjadi satu atau lebih dari risiko-risiko yang dikecualikan.

d. *Resiko yang dijamin Tanggung Jawab Hukum (TJH) Pihak ketiga:*

1. Tanggung gugat Tertanggung atas kerugian pihak ketiga yg diakibatkan secara langsung oleh kendaraan bermotor yang dipertanggungkan meliputi: Kerusakan atas harta benda dan Cedera badan atau kematian.
2. Biaya perkara atau biaya bantuan para ahli atas Tanggung gugat tsb. Resiko yang tidak dijamin oleh Tanggung Jawab Hukum (TJH) Pihak Ketiga yang secara langsung atau tidak langsung disebabkan oleh: Kerusakan harta benda milik atau dalam pengawasan Tertanggung, Kerusakan jalan, jembatan akibat getaran, berat kendaraan atau muatannya, Cedera badan/kematian terhadap: penumpang di dalam kendaraan bermotor yang dipertanggungkan, tertanggung, suami istri dan anak bila tertanggung perorangan, pemegang saham atau pengurus bila tertanggung CV atau firma, pengurus bila tertanggung badan hukum, orang yang bekerja pada tertanggung dengan imbalan jasa, orang yang tinggal bersama tertanggung, serta hewan milik dalam pengawasan tertanggung.

e. *Resiko yang dijamin Total Loss Only/Kerugian Total: Jaminan All Risks* dibatasi dengan ketentuan bahwa kerusakan atau kerugian yang biaya perbaikannya diperkirakan sama dengan atau lebih dari 75% dari harga sebenarnya bila diperbaiki atau karena hilang dicuri dan tidak diketemukan dalam 60 hari sejak terjadi pencurian.

- f. Klausul Kecelakaan Diri Atas Pengemudi Sebagai Profesi Dan Penumpang Kendaraan Bermotor Beroda Empat. Menyimpang dari Bab II pasal 3 ayat 9 butir (9.1) s/d (9.6), dicatat dan disepakati, pertanggungan ini menjamin pula cedera badan/kematian terhadap pengemudi dan penumpang di dalam kendaraan bermotor yang secara langsung disebabkan oleh kecelakaan kendaraan bermotor yang dijamin di bawah polis ini.

Tabel 5.1. Daftar Jumlah Pembayaran Pertanggungan per Orang

No	Keterangan	Penumpang , pengemudi bukan sebagai profesi (4 orang)	Pengemudi sebagai profesi (1 orang)
1	Dalam hal meninggal dunia	Rp. 5.000.000,-	Rp 5.000.000,-
2	Dalam hal selama-lamanya kehilangan seluruh penglihatan pada kedua belah mata	Rp. 2.500.000,-	Rp 10.000.000,-
3	Dalam hal kehilangan kedua belah tangan <u>atau</u> kedua belah kaki <u>atau</u> sebelah tangan dan sebelah kaki	Rp. 2.500.000,-	Rp 10.000.000,-
4	Dalam hal kehilangan sebelah tangan <u>atau</u> sebelah kaki, <u>bersama-sama</u> dengan kehilangan seluruh penglihatan pada sebelah mata untuk selama-lamanya	Rp. 2.500.000,-	Rp 10.000.000,-
5	Dalam hal kehilangan sebelah tangan <u>atau</u> sebelah kaki <u>atau</u> seluruh penglihatan pada sebelah mata untuk selama-lamanya	Rp. 1.250.000,-	Rp. 3.750.000,-

6. Prosedur melakukan klaim

- Melaporkan ke Kantor Pusat atau Cabang Asuransi dalam waktu 72 jam setelah terjadinya kecelakaan yang mungkin menimbulkan alasan bagi Tertanggung atau Pihak Ketiga untuk mengajukan klaim.
- Melengkapi dokumen yang dibutuhkan seperti:
 - Mengisi Formulir Pengajuan Klaim
 - Fotocopy Polis/Sertifikat (asli bila *Total Loss*), STNK dan SIM pengemudi
 - Surat Laporan Polisi untuk klaim Tanggung Jawab Hukum pihak ketiga, Pencurian atau Niat Jahat
 - Tembusan Surat Tuntutan kepada Pihak lain yang menyebabkan kerugian.
- Pihak Asuransi akan melakukan survei dan menentukan apakah klaim dijamin atau ditolak berdasarkan kondisi atau syarat polis.
- Jika klaim disetujui, proses selanjutnya adalah perbaikan di Bengkel Rekanan pihak Asuransi. Pelaporan klaim selambat-lambatnya 3 hari kerja sejak terjadinya kerugian kecelakaan ke kantor *claim center*.
- Untuk klaim kerugian sebagian, penunjukan bengkel diserahkan langsung kepada perusahaan dan akan diberikan jaminan suku cadang asli serta garansi hasil kerja bengkel selama 6 bulan.

6. Tertanggung dapat saja menunjuk/memilih bengkel sendiri dengan prosedur sebagai berikut:
 - a. Biaya perbaikan harus disetujui oleh pihak asuransi yang disesuaikan dengan standar perusahaan sehingga bilamana terdapat perbedaan, maka selisihnya menjadi tanggung jawab dari tertanggung.
 - b. Biaya perbaikan dibayar oleh Tertanggung terlebih dahulu setelah itu kuitansi asli diserahkan ke asuransi untuk dilakukan penggantian.
 - c. Membayar biaya resiko sendiri.

7. *Fitur tambahan/bonus kartu kredit multifungsi yang diberikan*

- * Bebas iuran tahunan seumur hidup: Kartu ini bisa dimiliki secara otomatis begitu menjadi peserta asuransi. Dengan kartu ini, pelanggan terbebas dari kewajiban membayar iuran tahunan untuk kartu utama dan satu kartu tambahan selama pelanggan menjadi pelanggan asuransi kendaraan bermotor.
- * Bonus *Cash Saving*: Dengan memanfaatkan kartu ini, diperoleh bonus nilai uang tunai sebesar 2% dari setiap pembelian. Nilai ini bila dikumpulkan dapat digunakan untuk pembayaran premi asuransi di tahun berikutnya. Misalkan dalam satu tahun bertransaksi sejumlah Rp 60 juta, maka 2% dari nilai tersebut yaitu Rp. 1,2 Juta dapat digunakan untuk perpanjangan polis asuransi.
- * Kartu Identitas Pengganti Polis: di samping sebagai kartu identitas, juga berfungsi sebagai tanda pengenal saat mengajukan klaim yang berlaku di seluruh cabang asuransi, tanpa perlu membawa polis.
- * Diskon di Jaringan Rekanan asuransi: Selain mendapatkan *Cash Saving* sebesar 2% dengan menggunakan kartu ini, akan mendapatkan diskon khusus berbelanja berbagai keperluan di jaringan rekanan tempat pembelian asuransi yang tersebar di seluruh Indonesia, juga di jaringan internasional di seluruh dunia.
- * *Emergency Limit Increase*: Untuk kemudahan dan kenyamanan anda, kartu ini memberikan fasilitas penambahan jumlah kredit darurat atas batas kredit yang anda miliki. Tambahan jumlah kredit darurat ini juga berlaku untuk sisa pembayaran premi asuransi (setelah dikurangi jumlah *Cash Saving* yang dimiliki).
- * Asuransi Kecelakaan dan Hambatan Perjalanan: Bila membeli tiket perjalanan dengan menggunakan kartu ini, pelanggan akan memperoleh asuransi kecelakaan hingga Rp. 500 Juta secara cuma-cuma, di samping itu, pelanggan juga memperoleh asuransi hambatan perjalanan jika terjadi kelalaian pihak penerbangan yang mengganggu perjalanan.
- * Layanan 24 jam untuk kartu kredit Anda: Bila memerlukan bantuan untuk kartu kredit pelanggan, dapat menghubungi petugas setiap saat, 24 jam sehari, 7 hari seminggu
- * Kartu Tambahan & Bunga atas Saldo Positif: kartu ini memungkinkan pelanggan untuk memperoleh kartu tambahan yang dapat ditentukan

batas pemakaiannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kartu ini memberikan bunga bagi *saldo positive* pelanggan.

- *Kemudahan Pembayaran Tagihan Bulanan: Bila pelanggan memiliki rekening di Bank Resmi penjamin asuransi, pelanggan dapat memanfaatkan fasilitas kemudahan pembayaran tagihan bulanan melalui *autodebet*. Dengan fasilitas ini, pelanggan tak perlu lagi pergi ke bank untuk mentransfer atau membayar tunai tagihan kartu kredit pelanggan setiap bulannya.

2. Tersedia bantuan:

1. Layanan Darurat (*Emergency Service*): layanan untuk memastikan pelanggan dapat segera melanjutkan perjalanan, disediakan bantuan mekanik untuk mengatasi gangguan kendaraan pelanggan. Armada perusahaan siap mengatasi gangguan ringan seperti:
 - **Tire Service*: membantu di saat ban kendaraan pelanggan kurang angin atau bocor dan pelanggan tidak dapat mengatasinya sendiri, baik dikarenakan kurang perlengkapan/tidak memungkinkannya keadaan di sekitar lokasi kejadian karena unsur keamanan.
 - **Battery Service*: membantu pelanggan yang mengalami mogok di jalan karena kendaraan tidak dapat dihidupkan (*start*) yang disebabkan *battery* kendaraan yang tidak berfungsi dengan baik.
 - **Fuel Service*: membantu pelanggan jika kendaraan mengalami kehabisan bahan bakar. Armada akan memberikan sejumlah bahan bakar sehingga pelanggan dapat segera meneruskan perjalanan.
 - **Overheating Service*: Armada siap mengatasi gangguan pada komponen pendingin mesin pelanggan ketika temperatur mesin kendaraan naik sampai pada batas keamanan mesin yang memaksa berhenti sebelum pelanggan mencapai tempat tujuan.
2. Layanan Derek: Mengatasi gangguan pada kendaraan pelanggan dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi, perusahaan menyediakan pula layanan derek. Armada derek memberikan layanan:
 - *Layanan darurat: Bila petugas tidak dapat mengatasi gangguan karena jenis kerusakan yang sulit diselesaikan dalam waktu singkat.
 - *Layanan Kecelakaan: Bila pelanggan mengalami kecelakaan kendaraan baik rusak sebagian atau keseluruhan, sehingga tidak dapat meneruskan perjalanan.
8. Pemberian hadiah atas prestasi maupun undian pada acara keakraban dalam pertemuan pelanggan.

BAB 6

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

QFD sangat berperan dalam memecahkan permasalahan dalam proses perancangan sistem pelayanan asuransi kendaraan bermotor. QFD di sini dimanfaatkan dalam melakukan analisis permasalahan asuransi kendaraan bermotor ini, yang digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa baru dengan mengacu pada tujuan perancangan. Metode lama yaitu perancangan tradisional berdasarkan pada perluasan konsep, pengujian pasar, dan penggantian produk secara periodik akan menghabiskan waktu yang terlalu banyak serta meningkatkan resiko terjadinya penjiplakan produk atau jasa yang telah masuk pasar sebelumnya. Usaha terbaik yang dilakukan dengan menciptakan kegagalan resiko terkecil, yaitu dengan mengenali kebutuhan konsumen. Peralatan dan metode QFD memiliki sebuah kekuatan yang dapat mengurangi kegagalan, sehingga dapat menelusuri permasalahan dengan mudah, serta melakukan perencanaan dan perancangan sistem yang terstruktur.

QFD adalah merupakan sistem perbaikan kualitas yang secara menyeluruh mengacu pada tujuan kepuasan konsumen. QFD dikonsentrasikan pada kepuasan konsumen semaksimal mungkin (kualitas positif), dengan cara menghilangkan ketidakpuasan (kualitas negatif). QFD berbeda dengan metode kualitas tradisional yang umumnya hanya memusatkan pada tidak ada kecacatan (*zero defect*). QFD difokuskan pada penyampaian nilai positif dengan mendapatkan kebutuhan terucap dan tak terucap, yang menerjemahkan ke dalam tindakan dan perancangan, serta komunikasi melalui setiap organisasi dan konsumen. Lebih lanjut QFD membawa pelanggan untuk dapat memprioritaskan kebutuhan dan perbandingan terhadap kompetitor. QFD akan membawa pada optimisasi aspek-aspek produk dan jasa yang akan menghasilkan keuntungan kompetitif terbesar.

Dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelanggan sangat mementingkan atribut tentang kualitas pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang ditawarkan oleh pihak perusahaan asuransi kendaraan bermotor. Hal ini terlihat urutan atribut yang terpenting menurut pelanggan yaitu: perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi (*ranking* 2), nama baik dan reputasi perusahaan asuransi (*ranking* 3), keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan (*ranking* 4), lokasi bengkel dan kantor strategis/mudah dicapai kendaraan umum (*ranking* 5), kejelasan klausul mengenai cakupan asuransi (*ranking* 6). Pemilihan atribut no. 8 karena atribut ini menempati *ranking* pertama tingkat kepentingan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dengan preferensi pelanggan. Secara berurutan pemilihan atribut no. 4, 16, 14, 22, dan 27 karena atribut-atribut ini mendukung dalam mencapai tujuan desain dari atribut no. 8 dan semuanya termasuk dalam atribut yang

memiliki *ranking* sepuluh teratas dalam tingkat kepentingan pelanggan dan terdapat kesenjangan antara persepsi dan preferensi pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepentingan dan uji signifikansi antara *mean* preferensi dan persepsi, maka terdapat 5 atribut yang terpilih untuk memasuki tahap perancangan yang lebih detil. Atribut yang terpilih adalah atribut No. 8, 4, 16, 22, dan 27 yaitu: proses klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik (*ranking* 1), tersedia berbagai pilihan jenis asuransi, beserta beragam jenis perlindungannya (*ranking* 2), nama baik/reputasi perusahaan asuransi di pelanggan dan masyarakat umum (*ranking* 3), lokasi kantor dan bengkel strategis mudah dicapai dengan menggunakan kendaraan umum (*ranking* 5), kejelasan klausul mengenai cakupan klaim asuransi (*ranking* 6)

2. Terdapat kesenjangan antara preferensi dengan persepsi pelanggan pada sebagian besar atribut desain asuransi kendaraan bermotor. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang ada belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.
3. Berdasarkan penilaian pelanggan, Asuransi Garda Oto yang paling memuaskan dari ketiga perusahaan asuransi. Urutan kedua berikutnya adalah asuransi Simas Mobil, yang ketiga asuransi Central Asia. Menurut penilaian pelanggan, Asuransi Garda Oto memiliki keunggulan pada faktor *competence*, *credibility*, *responsiveness*, *security*, dan *access*. Perusahaan Simas Mobil menurut penilaian pelanggan memiliki keunggulan pada faktor *responsiveness*, *access*, *security* dan *courtesy*. Perusahaan Central Asia menurut penilaian pelanggan memiliki keunggulan pada faktor *reliability*, *competence*, dan *security*. Sedangkan faktor lainnya yaitu *tangible*, *communication*, dan *understanding the customer*, untuk ketiga perusahaan nilainya asuransi relatif setara.

Dengan memperhatikan kondisi dari perusahaan asuransi yang sudah ada, maka atribut perancangan penanganan perbaikan/proses klaim kendaraan yang cepat, tepat, dan yang berkualitas baik, serta atribut nama baik dan reputasi perusahaan asuransi akan mengacu pada standar dari perusahaan asuransi Garda Oto sebagai dasar perancangan. Atribut tersebut oleh pelanggan asuransi Garda Oto dianggap terbaik dari perusahaan asuransi kendaraan bermotor yang ada. Sedangkan untuk perancangan atribut tersedianya berbagai pilihan jenis asuransi dan atribut keramahan dan kesopanan pegawai perusahaan asuransi dalam melayani pelanggan, maka akan mengacu pada standar dari asuransi Simas Mobil.

4. Dalam usaha menyediakan pelayanan asuransi kendaraan bermotor yang berkualitas, pihak perusahaan asuransi harus memiliki prosedur pelayanan yang baik mulai dari proses pendaftaran pelanggan, proses penandatanganan perjanjian, proses pembayaran premi asuransi, proses pengajuan klaim dan proses pencairan klaim.
 - a. Proses pendaftaran: dilakukan dengan cepat (kurang dari ½ jam), dan tersedia sistem pendaftaran secara *online*.
 - b. Proses penandatanganan perjanjian: penandatanganan perjanjian disahkan dihadapan notaris, isi lengkap dan jelas.

- c. Proses Pembayaran premi asuransi: pembayaran dilakukan dengan bank yang berkualitas. Tersedia berbagai sistem pembayaran yang beragam yaitu secara *cash*, kartu debit (*visa, maestro, mastercard*), bahkan kartu kredit.
 - d. Proses pengajuan klaim: prosedur pengajuan kredit ringkas, sederhana, serta pemrosesan klaim berlangsung cepat (waktu pelayanan kurang dari 24 jam)
 - e. Proses pencairan klaim/pemberian ganti rugi pertanggungan: pemrosesan klaim sampai turunnya dana/ganti rugi berlangsung cepat, dalam waktu kurang 3 hari.
5. Pegawai perusahaan asuransi merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap proses pelayanan klaim/perbaikan kendaraan ditangani secara cepat, tepat, dan berkualitas baik. Pengawasan dan pelatihan pegawai untuk peningkatan pengetahuan perlu dilakukan secara terus menerus agar pelayanan kepada pelanggan senantiasa terjaga dengan baik.

6.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan sehubungan dengan hasil penelitian yang didapat adalah:

1. Di dalam usaha menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat ini, kesetiaan pelanggan merupakan faktor terpenting terhadap keberhasilan bisnis. Adanya ungkapan bahwa "*Pelanggan adalah Raja*" dan "*Pelanggan adalah Mitra*" menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis sangat tergantung pada kerjasama pelanggan dengan pihak perusahaan asuransi. Perusahaan jasa asuransi kendaraan bermotor sebaiknya berusaha memahami semua kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, agar dapat merancang dan mengembangkan sistem pelayanan terbaik yang berdasarkan pengetahuan mengenai karakteristik, kebutuhan, dan ekspektasi pelanggan.
2. Untuk menjaga kualitas pelayanan asuransi yang ditawarkan, pihak perusahaan asuransi kendaraan bermotor perlu memperhatikan prosedur-prosedur yang diusulkan dalam Penelitian ini secara keseluruhan, dengan memperhatikan potensi sumber daya yang ada di dalam perusahaan.
3. Untuk dapat bersaing, penyedia jasa perlu meningkatkan keunggulan kompetitif yang diwujudkan dalam bentuk sistem pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sehingga perlu digali seluruh potensi yang ada dalam perusahaan jasa asuransi kendaraan bermotor. Misalkan dengan melakukan inovasi baru terhadap sistem pelayanan jasa asuransi kendaraan bermotor.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, J., Cohen, P., 1983, *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for The Behavioral Science*, 2nd Edition, Lawrence Erlbaum Associates, California
- Cohen, L., 1995, *Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You*, Addison-Wesley Publishing Company, Massachusetts
- Cohen, R.J., Montague, P., Nathanson, L.S., Swerdlik, M.E., 1988, *Psychological Testing : An Introduction to Test and Measurement*, Mayfield, California
- Cross, N., 1994, *Engineering Design Methods – Strategies for Product Design*, 2nd edition, John Wiley & Sons Ltd., England
- Day, R.G., 1993, *Quality Function Deployment : Linking a Company with its Customers*, ASQC Quality press, Wisconsin
- Harvey, J., 1998, *Service Quality: A Tutorial*, *Journal of Operations Management* 16, 583 – 597, Macmillan Publishing Co., New York.
- Kaplan, R.M., Saccuzzo, D., 1983, *Psychological Testing : Principles Application and Issues*, Brool/Cole A Division of Wadworth Inc.
- Khoo, L., Ho, N., 1996, Framework of a Fuzzy Quality Function Deployment System, *International Journal of Production Research*, Vol 34(2), pp. 299-311.
- Mazur, G., 1994, QFD for Service Industries: From Voice of Customer to Task Deployment, *Proceedings of The Fifth Symposium on Quality Function Deployment*, Novi, Michigan.
- Mazur, G., 1996, The Application of Quality Function Deployment (QFD) to Design a Course in Total Quality Management (TQM) at The University of Michigan College of Engineering, *Proceedings of ICQ'96*, Yokohama.
- Mitra, A., 1998, *Fundamentals of Quality Control and Improvement*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Ramaswamy, R., 1996, *Design And Management of Service Processes : Keeping Customers for Life*, Addison Wesley Publishing Company, Inc., Massachusetts
- Walpole, R.E., Myers, R.H., 1993, *Probability and Statistics for Engineers and Scientists*, 5th Edition, Macmillan Publishing Company, New York

LAMPIRAN

ANALISIS PERANCANGAN SISTEM PELAYANAN ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR

Bagian I PROFIL RESPONDEN

1. Jenis kelamin Anda:
 - ☐ Pria
 - ☐ Wanita
2. Usia Anda adalah:
 - ☐ Kurang dari 20 tahun
 - ☐ Antara 20 – 25 tahun
 - ☐ Antara 25 – 35 tahun
 - ☐ Antara 35– 45 tahun
 - ☐ Lebih dari 45 tahun
3. Pendidikan Anda terakhir/yang sedang ditempuh:
 - ☐ SD
 - ☐ SMP
 - ☐ SMU
 - ☐ Perguruan Tinggi
 - ☐ Lainnya, _____
4. Pekerjaan Anda adalah:
 - ☐ Pelajar/mahasiswa
 - ☐ PNS/Karyawan BUMN/TNI/Polri
 - ☐ Karyawan Swasta
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Lainnya, _____
5. Pendapatan (penghasilan/gaji) Anda rata-rata per bulan adalah:
 - ☐ Kurang dari Rp 1.000.000
 - ☐ Rp 1.000.001- Rp 1.500.000
 - ☐ Rp 1.500.001- Rp 2.500.000
 - ☐ Rp 2.500.001- Rp 5.000.000
 - ☐ Lebih dari Rp 5.000.000
6. Status tempat tinggal :
 - ☐ Masih ikut orang tua
 - ☐ Rumah sendiri
 - ☐ Rumah kontrakan
 - ☐ Kost
 - ☐ Lainnya, _____
7. Jumlah tanggungan Anda adalah:
 - ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☐ Lainnya, _____
8. Jika kendaraan Anda diasuransikan, di mana Anda mengasuransikannya ?
 - ☐ Asuransi Garda Oto
 - ☐ Asuransi Simas Mobil
 - ☐ Asuransi Central Asia
 - ☐ Lainnya, _____
9. Jenis asuransi mobil apakah yang Anda ikuti ?:
 - ☐ Asuransi Asuransi Keseluruhan/komprehensif (*all-risk*), termasuk Huru hara/SRCC
 - ☐ Asuransi Asuransi Keseluruhan/komprehensif (*all-risk*) saja
 - ☐ Asuransi Kehilangan (TLO=*Total Loss Only*) termasuk Huru hara/SRCC
 - ☐ Asuransi Kehilangan (TLO=*Total Loss Only*) saja
 - ☐ Lainnya, _____
10. Selama mengikuti asuransi kendaraan bermotor, berapa kali Anda melakukan klaim asuransi?
 - ☐ belum pernah
 - ☐ 1 kali

- ☐ 2 kali
☐ 3 kali
☐ Lainnya, _____
11. Jumlah kendaraan bermotor (mobil) yang Anda miliki?
- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ Lainnya, _____
12. Berapa biaya perawatan/operasional yang dianggarkan untuk seluruh kendaraan Anda per bulan?:
- ☐ Kurang dari Rp 500.000
☐ Rp 500.001- Rp 1.000.000
☐ Rp 1.000.001- Rp 1.500.000
☐ Rp 1.500.001- Rp 2.500.000
☐ Lainnya, _____
13. Apakah kendaraan Anda telah diasuransikan?
- ☐ Tidak
☐ Ya, sebagian saja
☐ Ya, semua
14. Selain kendaraan, apakah Anda mengasuransikan milik Anda yang lain (selain kendaraan bermotor)?
- ☐ Tidak
☐ Ya
15. Apakah Anda pernah berganti asuransi kendaraan bermotor?
- ☐ Tidak
☐ Ya
16. Jika ya, asuransi apakah yang menyebabkan Anda berpindah perusahaan asuransi ?
- ☐ Pembayaran polis ringan dibanding perusahaan asuransi lainnya.
☐ Proses klaimnya lebih mudah dan cepat.
☐ Lebih banyak pemberian bonus atau hadiahnya.
☐ Perlindungan/cakupan penggantian dari asuransi lebih luas atau lebih banyak.
☐ Lainnya, _____
17. Dari mana Anda tahu informasi mengenai perusahaan asuransi tersebut untuk pertama kali?:
- ☐ Kerabat/Teman
☐ Iklan di surat kabar/ majalah
☐ Iklan di televisi
☐ Pegawai asuransi yang datang berkunjung
☐ Lainnya, _____
18. Apa yang menyebabkan Anda mau jadi peserta asuransi?:
- ☐ Gedungnya megah, banyak kantor cabangnya, strategis karena mudah dijangkau
☐ Pemiliknya meyakinkan dan dapat dipercaya
☐ Karyawan/pegawai asuransi ramah, membantu
☐ Hadiah/bonus yang banyak
☐ Lainnya, _____
19. Faktor apa yang menyebabkan Anda tertarik jadi peserta polis pada perusahaan asuransi itu?:
- ☐ Pembayaran polis ringan dibanding perusahaan asuransi lainnya
☐ Proses klaimnya mudah dan cepat
☐ Banyak pemberian bonus atau hadiahnya
☐ Perlindungan/cakupan penggantian dari asuransi luas atau banyak
☐ Lainnya, _____
20. Berapa lama Anda telah ikut asuransi kendaraan bermotor?
- ☐ kurang 2 bulan
☐ 2 - 6 bulan
☐ 6 - 12 bulan
☐ 1 - 2 tahun
☐ Lainnya, _____
21. Berapa periode Anda melakukan pembayaran premi Anda dalam setahunnya?
- ☐ Bulanan
☐ Triwulan sekali
☐ Setahun sekali
☐ Lainnya, _____
22. Berapa jumlah setoran premi Anda per periode pembayaran premi?
- ☐ kurang Rp 250.000
☐ Rp 250.000 – Rp 500.000
☐ Rp 500.000 – Rp 750.000
☐ Lainnya, _____
23. Apa anggapan Anda mengenai jumlah setoran premi Anda per periode?
- ☐ memberatkan

- ☐ sedang/biasa
 - ☐ ringan
 - ☐ Lainnya, _____
24. Jika Anda melakukan klaim, hal apa yang terjadi pada kendaraan Anda?
- ☐ Kendaraan rusak ringan (tergores, penyok)
 - ☐ Kendaraan rusak berat (kecelakaan berat, rusak tak bisa jalan)
 - ☐ Kendaraan rusak karena banjir
 - ☐ Asesori kendaraan atau kendaraan hilang dicuri
 - ☐ Ada kerusuhan/ huru hara atau bencana alam atau kebakaran
 - ☐ Lainnya, _____
25. Pada saat Anda melakukan klaim kendaraan bermotor, berapa lama waktu pemrosesan klaim sampai Anda mendapatkan ganti rugi?
- ☐ Kurang dari 3 hari
 - ☐ 3 - 7 hari
 - ☐ 1 minggu
 - ☐ 2 minggu
 - ☐ Lainnya, _____
26. Faktor apa yang dirasa menyulitkan, ketika Anda sedang melakukan pengurusan asuransi?
- ☐ Kantor cabang sedikit, mengurus jadi lama
 - ☐ Bengkel rujukan lambat melakukan perbaikan
 - ☐ Perlu tambahan biaya ketika melakukan pengurusan
 - ☐ Proses pengurusan berbelit-belit
 - ☐ Lainnya, _____
27. Pada saat Anda melakukan klaim kendaraan bermotor, apakah perasaan Anda puas?
- ☐ Sangat puas
 - ☐ Puas
 - ☐ Cukup
 - ☐ Tidak puas
 - ☐ Sangat tidak puas
28. Jika Anda menjawab sangat puas atau puas, faktor apa yang menyebabkan Anda puas?
- ☐ Pengurusan klaim mudah
 - ☐ Pelayanan cepat
 - ☐ Penggantian cepat sesuai janjinya
 - ☐ Lainnya, _____
29. Jika Anda tidak puas/sangat tidak puas pada saat melakukan klaim asuransi, hal apa yang menyebabkan Anda tidak puas?
- ☐ Tidak sesuai janji pada iklan
 - ☐ Urusannya repot / lama / bertele-tele
 - ☐ Lainnya, _____
30. Apa harapan Anda mengenai pelayanan perusahaan asuransi?
- ☐ Pelayanan sesuai janji awal pada saat penandatanganan polis
 - ☐ Waktu perbaikan kendaraan dipercepat
 - ☐ Peningkatan pemberian bonus/hadiah pada event tertentu
 - ☐ Pembayaran premi diperingan
 - ☐ Lainnya, _____