

**ANALISIS PELAYANAN PELANGGAN PADA PT ASKRINDO
KANTOR CABANG LAMPUNG**

TUGAS AKHIR



Oleh :

Arini Aulia

2006061010

**PROGRAM STUDI DIII ADINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

**ANALISIS PELAYANAN PELANGGAN PADA PT ASKRINDO
KANTOR CABANG LAMPUNG**

Oleh
Arini Aulia

Tugas Akhir

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA**

pada

**Program Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**PROGRAM STUDI DIII ADINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT Askrindo Kantor cabang Lampung

Oleh

Arini Aulia

Pelayanan merupakan hal yang terus dapat di kembangkan dan di pertahankan. Hal ini sejalan dengan menguatnya kebutuhan dan tuntutan akan pelayanan yang responsif dan efisien. Pelanggan adalah orang yang harus dilayani sesuai dengan kebutuhan yang ada di perusahaan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan agar terjadi simbiosis mutualisme. Kepuasan yang di lakukan oleh seluruh staff maupun bagian Pemasaran serta Oprasional agar demi mempertahankan reputasi Askrindo yang baik. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan Staff Opersional di PT. Askrindo Kantor Cabang Lampung dalam melayani mitra sudah memenuhi standar perusahaan dan memenuhi dari keseluruhan indikator, di faktor responsiviness (daya tanggap), dan faktor reability (kehandalan), faktor tangible (bukti nyata), faktor assurance (jaminan), dan faktor emphyty (empati). Namun ada beberapa faktor yang perlu di perhatikan dalam beberapa dimensi yaitu difaktor faktor reability (keandalan) penelitian diambil dari hasil data yang telah dilakukan di PT. Askindo Kantor Cabang Lampung.

Kata Kunci: Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT Askrindo Kantor Cabang Lampung

ABSTRACT

Customer Service Analysis on PT Askrindo Lampung Branch Office

BY

ARINI AULIA

Service quality is something that can be developed and maintained. This is in line with the strengthening need and demand for responsive and efficient services. Customers are people who must be served according to the needs that exist in the company. Efforts to satisfy customer needs must be carried out so that a symbiosis of mutualism occurs. Satisfaction carried out by all staff and the Marketing and Operations sections in order to maintain Askrindo's good reputation. The results of the study can be concluded that the implementation of the Operational Staff at PT. Askrindo Lampung Branch Office in serving partners has met company standards and met all indicators, in responsiveness and reliability factors, tangible factors, assurance factors, and empathy factors.). However, there are several factors that need to be considered in several dimensions, namely the reability factor (reliability) of research taken from the results of data that has been carried out at PT. Askindo Lampung Branch Office.

Keywords: Customer Service Analysis at PT Askrindo Lampung Branch Office

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **Analisis Pelayanan Pelanggan pada
PT Askrindo Kantor Cabang Lampung**

Nama Mahasiswa : **Arini Aulia**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2006061010**

Program Studi : **D III Administrasi Perkantoran**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

I. Komisi Pembimbing



Akgis Cahya Ningtias, S.Pd., M.Pd.
NIK. 231602920820201

2. Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran



Mediya Destalra, S.A.B., M.AB
NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Akgis Cahya Ningtias, S.Pd., M.Pd.**



Penguji Utama

: **Damayanti, S.A.N., M.AB.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: **17 Juli 2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arini Aulia
Npm : 2006061010
Jurusan : Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT Askrindo Kantor Cabang Lampung**” adalah benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) maupun di buatkan orang lain. Apabila ditemukan hasil penelitian Tugas Akhir saya terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

BandarLampung, 17 Juli 2023



ARINI AULIA
NPM.2006061010

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Arini Aulia lahir di Bandar Lampung pada tanggal 9 September 2001, anak kedua dari 4 saudara dari Bapak M.Riyadi dan Ibu Eva Indriani. Jenjang pendidikan penulis berawal dari SDN 1 KBK selesai pada 2014, dan melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 5 Bandar Lampung sampai lulus di tahun 2017, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 6 Bandar Lampung pada tahun 2017 sampai 2020.

Pada tahun 2020 penulis mendaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Setelah 5 semester pada awal bulan Agustus tepatnya tanggal 01 Agustus 2022 sampai tanggal 31 Januari 2023, penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Askrindo Kantor Cabang Lampung.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena Rahmat dan Hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir tentang “Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT Askrindo Kantor Cabang Lampung”. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama Islam yang sempurna dan menjadi anugerah serta rahmat bagi seluruh alam semesta.

Teruntuk orang-orang terkasih saya, saya ingin mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga, untuk Ibu saya atas ambisinya telah membentuk anak-anaknya dapat menyelesaikan semua pendidikan dengan penuh rasa syukur, karna Ibu tetap menjadi alasan utama saya untuk tetap berkembang, doanya tak terhingga dan saya selalu berlindung dalam doa-nya, semoga lelah mu menjadi berkah lillah yang selalu Allah SWT me-Ridhoinya. Untuk cinta pertama saya terimakasih sekali untuk cinta kasihmu yang telah membuat saya masih ada di dunia ini, persembahan ini hanya untuk ayah dan ibu yang telah berhasil mendidik anaknya sampai detik ini.

MOTTO

“If Allah has written something to be your“s, it will be Time might be different,
the journey might be different, but it will be your“s”

“Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka
ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri
walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat
bangga dengan apa yang kita perjuangkan di hari ini, Jadi tetap berjuang ya”

**“WHEN YOU FOCUS ON YOU, YOU GROW. WHEN YOU FOCUS ON
SH*T GROWS” – Dwayne Johson**

SANWACANA

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, atas segala Rahmat dan Hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Laporan Tugas Akhir dengan Judul “**Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT Askrindo Kantor Cabang Lampung**”. ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Program Studi Administrasi Perkantoran Universitas Lampung. Selama menyusun tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Mediya Destalia, S.A.N.,M.AB, selaku Ketua Program Studi Diploma Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Akgis Cahyaningtias, Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membantu dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.
3. Ibu Damayanti, S.A.N., M.AB , Selaku Penguji Utama yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Orang tuaku terkasih dan tercinta, terimakasih atas dukungan materi dan doa sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dra.Ida Nurhaida.M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr.Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama.
7. Bapak Dr.Arif Sugiono,M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan.
8. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni.
9. Bapak Heri Fatagar dan Ibu Frida, Ibu Regita dan Bapak Budi Sanori serta Bapak Dedy selaku kepala cabang kantor Mandiri Syariah dan Bu Nina yang telah membantu dalam memperoleh informasi data yang diperlukan penulis.

10. Keluarga besarku terutama Ayahanda M.Riyadi dan Surga-ku Eva Indirani yang selalu memberikan semangat, arahan dan dukungan serta doa yang tidak pernah terputus untuk anak-anak nya serta memberikan banyak keceriaan serta pembelajaran kepada penulis dari kecil hingga saat ini.
11. Kakak Saya Rika Amalia, Adikku Sekar dan Resti, Saudara yang tersayang yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan.
12. Teman perempuan Saya yang bernama Rini Oktaviony, Auriel Kamilah, Silvia Andani, Dian Dominica, Gian Annisa, Yulisa, Anisa Damayanti, Putri Lintang, Marta Kusuma, Febyola Rosheni, Triana Febrianti, Fidila Arista, Dea Pratiwi, Suci Cahyani, Venia Romauli, Clarisa Laurin, kak Melati Disela, Syifa Khoirinisa, Alfina Arum, Rahma Nurulita dan Anggun yang sudah memberikan support moril kepada penulis dalam berjuang meraih Tugas Akhir ini.
13. Dan Teman laki-laki saya bernama Muhammad Iqbal, Fino Agustian, Nuril Hidayat, Rizki Ahmad, Ahmad Rivaldo, Irfan Sugiardi, Fachri Ali, Dony Setiawan, Bang Bagas dan Bang Hisyam yang sudah memberikan support moril kepada penulis dalam berjuang meraih Tugas Akhir ini..
14. Untuk Chandra Kharisma, terimakasih telah memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
15. Almameter tercinta Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 17 Juli 2023
Penulis

Arini Aulia
NPM.2006061010

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metodologi Penelitian	4
a. Lokasi Penelitian.....	4
b. Metode Pengumpulan Data	4
1. Observasi.....	4
2. Dokumentasi	4
3. Studi Pustaka	4
4. Wawancara	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pelayanan	6
2.2 Etika Dalam Pelayanan	7
2.3 Pelanggan	9
2.3.1 Pengertian Pelanggan Pelayanan.....	9
2.3.2 Jenis-jenis Pelanggan	9
2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.5 Manfaat Pelayanan Pelanggan	12
2.6 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.6.1 Pengertian Pelayanan Pelangga.....	13

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Lokasi Perusahaan.....	14
3.1.1 Sejarah PT.Astra Internasional, Tbk-Auto2000 (Raden Intan)	14
3.1.2 Lokasi Kegiatan Penelitian.....	15
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	16
3.2 Logo Perusahaan.....	16
3.2.1 Makna Logo	17
3.2.2 Makna Warna.....	17
3.2.2 Produk Asuransi	18
3.2 Struktur Organisasi.....	19
3.2.1 Struktur Organisasi Institusi.....	19
3.2.2 Struktur OrganisasiBidang/Bagian HR.....	20

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	24
4.2 Pembahasan.....	25

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran.....	36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Gedung PT Askrindo cabang Lampung	15
Gambar 3. 2 Logo PT Askrindo	17
Gambar 4. 1 Produk-produk Asuransi.....	26
Gambar 4. 2 Skema Asuransi	27
Gambar 4. 3 Tata Cara Klaim.....	28
Gambar 4. 4 Layanan Digital	29
Gambar 4. 5 Kunjungan Rutin dan Meeting bulanan.....	30
Gambar 4. 6 Ruangan Front Desk	31
Gambar 4. 7 Halaman DigieOffice Askrindo.....	32
Gambar 4. 8 Komitmen AKHLAK Staff Askrindo.....	33
Gambar 4. 9 Staff dan Pelanggan Askrindo	34
Gambar 4. 10 Foto Milad Pimpinan dan kunjungan ke perusahaan nasabah	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Struktur organisasi PT.Askrindo	19
Tabel 3. 2 Organisasi di Kantor cabang Lampung	20

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	41
Lampiran 2 Foto Rekonsiliasi bersama mitra bank Area Bandar Lampung	44
Lampiran 3 Foto bersama Kepala Divisi Pemasaran Digi Ask Kantor Pusat dan Sosialisasi Asuransi.....	44
Lampiran 4 Peneliti memulis surat masuk dan suat keluar pada Front Desk serta disposisi.....	45
Lampiran 5 Foto melalukan pengecekan setiap hari seperti, surat permohonan, e-mail, klaim dan disposisi masuk melalui Digie Office dan Askrindo Core System.	46
Lampiran 6 Foto setelah Meeting Bulanan	46
Lampiran 7 Foto bersama seluruh Staff dan Kepala Cabang Lampung 2023....	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) keberhasilan yang dapat dilihat salah satunya dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada semua masyarakat yang memakai semua jasa pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang terus dapat di kembangkan dan di pertahankan di keadaan yang selalu baik. Hal ini sejalan dengan menguatnya kebutuhan dan tuntutan akan pelayanan yang responsif dan efisien. Setiap perusahaan diharuskan berorientasi pada pelanggan untuk mendapatkan sumber informasi dari apa yang ia butuh kan kepada suatu perusahaan tersebut, dan kegiatan ini di butuhkan dalam menunjang proses perkembangan suatu Perusahaan dalam mencapai kesuksesan yaitu mempunyai tuntutan terhadap penyelenggaraan pelayanan agar semakin dapat meningkat nya target keberhasilan perusahaan.

Menurut R.A Supriyono (2015) “Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas,dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan”. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, selain itu kantor

Askrindo seluruh Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam perilaku yang berbeda pula . Hal ini sesuai pernyataan bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkankepuasan Nasabah, Principal, maupun Mitra adalah bentuk mutu kualitas pelayanan yang terbaik.

Menurut Kotler (2017) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan agar terjadi simbiosis mutualisme. Pelayanan yang diberikan oleh seluruh staff maupun bagian Pemasaran serta Operasional sebaiknya mempertahankan reputasi Pelayanan Askrindo lebih baik. Selain itu semakin banyaknya pesaing dalam jasa asuransi maka perusahaan harus memiliki strategi yang paling tepat guna memenangkan pesaing. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri asuransi adalah dengan cara membangun hubungan kualitas relationship yang baik dengan pelanggan. Serta perusahaan tetap melakukan pengembangan relationship marketing yaitu salah satu program yang di lakukan Perusahaan untuk menjaga dan mempertahankan hubungan yang baik serta memberikan kepuasan yang maksimum kepada seluruh nasabah, mitra, bank, agen. Oleh karena itu, PT Askrindo Kantor Cabang Lampung mengutamakan Analisi pelayanan dengan memberikan pelayanan yang memenuhi standar perusahaan dan fasilitas- fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Analisis mutu pelayanan kepada seluruh pelanggan untuk mengetahui apakah pelayanan pelanggan, nilai pelanggan serta keadaan tidak puas pelanggan dapat berpengaruh pada penjualan produk-produk asuransi di PT Askrindo. Alasan penulis memilih PT Askrindo Cabang Lampung sebagai tempat untuk melaksanakan penelitian pada kegiatan penelitian. Penulis memiliki ketertarikan untuk menganalisis pelayanan pelanggan, dan dapat mengetahui bagaimana mutu pelayanan yang di lakukan oleh staff dan semua karyawan serta dapat mengembangkan ilmu Pelayanan Prima yang telah di peroleh dalam perkuliahan, dan mendapatkan pengalaman bertemu dengan konsumen atau pun mitra bisnis secara langsung

serta mengetahui apa yang menjadi permasalahan bersama staff pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul, “Analisis Pelayanan Pelanggan pada PT. Askrindo Kantor Cabang Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis pelayanan yang ada di PT. Askrindo Kantor Cabang Lampung diukur melalui indicator pelayanan tangible, reliability , empathy, responsiveness dan assurance ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan pada PT. Askrindo Kantor Cabang Lampung melalui indicator pelayanan tangible, reliability, empathy, responsiveness dan assurance.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain adanya tujuan seperti di atas maka Tugas Akhir ini mempunyai manfaat lain seperti berikut ini :

A. Manfaat Teoritis

Mengharapkan bahwa Tugas Akhir ini dapat menambah pengetahuan yang dapat digunakan sebagai informasi dan masukan pengembangan ilmu terutama ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis, diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan dalam Analisis Pelayanan, serta mengembangkan Ilmu Pelayanan Prima yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan adanya kegiatan penelitian ini.
2. Bagi Intitusi atau Organisasi, dapat menambah referensi perpustakaan FISIP Universitas Lampung dan mempertahankan mutu efisiensi.

1.5 Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil metodologi penelitian observasi, dokumentasi, wawancara dan studi pustaka.

a. Lokasi penelitian

Penulis melakukan penelitian pada salah satu perusahaan milik BUMN yang bergerak di Jasa Pelayanan Asuransi yaitu PT Askrindo Kantor Cabang Lampung yang bertempat di Jalan Prof. Mr. HM. Yamin No.32 G-H, Rawa Laut, Tanjung Karang Timur, Rw. Laut, Engal, Kota Bandar Lampung, Lampung 35213

b. Metode pengumpulan data

1. Observasi

Metode observasi yang penulis gunakan yaitu melakukan pengamatan secara langsung kegiatan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bagian operasional pemasaran Askrindo serta mencatat hal-hal penting sebagai bahan/data untuk penelitian.

2. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari objek penelitian dengan mempelajari hal yang terjadi ketika kegiatan perusahaan berlangsung.

3. StudiPustaka

Dalam penelitian ini penulis melakukan pencarian data untuk memperoleh data tambahan pada penelitian dengan mempelajari data, file-file atau dokumen lain yang dapat menunjang nya penelitian ini. Studi pustaka yang digunakan penulis dalam menunjang pelaksanaan pengumpulan data bagi penelitian yaitu bersumber dari jurnal internet.

4. Wawancara

Menurut (Fandi 2006) Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data informasi atau data yang dapat menjadi pedoman dan bisa bertatap muka dan bisa melalui alat komunikasi tertentu. Cara ini di lakukan untuk menunjang data yang di peroleh dengan melakukan tanya jawab langsung.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu apa yang diperlukan seseorang. Pada hakikatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Perilaku produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen disebut pelayanan. Layanan adalah aktivitas tidak berwujud yang tidak dapat dimiliki oleh perusahaan atau individu untuk konsumen. Pelayanan juga dapat diartikan sebagai membantu, memfasilitasi, menyenangkan atau menguntungkan orang lain. Layanan pelanggan mengacu pada serangkaian aktivitas, sikap, dan perilaku yang dilakukan karyawan bank ketika berhadapan langsung atau tidak langsung dengan pelanggan.

Dalam dunia kerja persaingan sangat ketat, setiap kantor asuransi harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan calon nasabahnya. Selain layanan dan harga produk yang kompetitif, ada kebutuhan lain seperti good manners karyawan yang tersenyum, kompeten, dan membantu. Layanan pelanggan bukan hanya tentang membuat pelanggan senang. Namun, juga sangat penting untuk jalannya perusahaan.

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pada umumnya pelayanan yang diberikan oleh produsen atau perusahaan yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatannya, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

c. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

2.2 Etika dalam Pelayanan

Etika dalam Islam memiliki dua pengertian yaitu pertama etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma yang konkrit yang menjadi pedoman dan pengangan hidup manusia dan seluruh kehidupan. Etika/ethis berasal dari kata

Yunani yaitu ethos artinya kebiasaan. Ia membicarakan tentang kebiasaan (perbuatan) tetapi bukan menurut arti adat, melainkan tata adab, yaitu berdasarkan intisari atau sipat dasar manusia mengenai baik dan buruk, jadi dengan demikian etika adalah teori tentang perbuatan manusia ditimbang menurut baik dan buruk. Etika juga dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada perbuatan benar dan salah. Sebagai penjual jasa masyarakat membutuhkan pelayanan dan perlakuan yang menyejukkan hati mereka melalui sikap ramah dan sopan para karyawan. Sedangkan etika berarti kesantunan yaitu sikap lahir dan batin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum antara lain sikap dan perilaku, penampilan, cara berpakaian, cara berbicara, gerak-gerik, cara bertanya, dll. Adapun sikap dan perilaku terpuji (mahmudah), antara lain berlaku jujur (al-amanah), memelihara diri (al-iffah), perlakuan baik (ihsan), kebenaran (adl), keberanian (syaja'ah) dan malu (haya'). Ketentuan yang diatur dalam etika secara umum adalah sebagai berikut:

a. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian kepentingan dalam etika pelayanan. Dalam perakteknnya sikap dan harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

b. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap dan perilaku.

c. Cara berpakaian

Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang diharapkan.

d. Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.

e. Gerak-gerak

Gerak-gerak meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan atau kaki.

f. Cara berbicara

Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat konsumen mau berbicara. Kemudian sebaliknya bagi konsumen yang banyak bertanya karyawan sebaiknya dapat mendengarkan dengan baik.

2.3 Pelanggan

2.3.1 Pengertian Pelayanan Pelanggan

Pelanggan menurut Sula, H. A (2020), adalah “individu, kelompok, atau organisasi yang menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa yang disediakan oleh penyedia layanan.” Pelanggan adalah mereka yang membutuhkan layanan dan terlibat dengan penyedia layanan itu agar keinginan atau keinginan mereka terpenuhi. Pelanggan menurut Humayun Pratomo, H. M. H. (2021), adalah “pihak yang melakukan transaksi dengan perusahaan atau perorangan lain untuk memperoleh produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan”. Pelanggan memiliki persyaratan, keinginan, dan harapan tertentu, yang semuanya harus dipenuhi oleh penyedia layanan. Pelanggan adalah "individu atau organisasi yang membeli atau memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan," menurut Kasali, R. (2021), Pelanggan memainkan peran penting dalam memastikan kelangsungan bisnis dan mendukung profitabilitas perusahaan.

2.3.2 Jenis-jenis Pelanggan

Berikut adalah beberapa jenis pelanggan menurut para ahli sebagai berikut :

1. Pelanggan Setia Dan Pelanggan Potensial

Menurut Mardalis, M. (2019), pelanggan dapat dibedakan menjadi pelanggan setia dan pelanggan potensial. Pelanggan setia adalah

mereka yang secara konsisten membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Sementara itu, pelanggan potensial adalah individu atau organisasi yang memiliki potensi untuk menjadi pelanggan setia jika diberikan layanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Pelanggan Segmentasi

Menurut Pratomo, H. M. H. (2021), pelanggan segmentasi adalah mereka yang memiliki kesamaan dalam hal demografi, perilaku, atau kebutuhan. Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan setiap segmen, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Pelanggan Business-to-Business dan Business-to-Consumer

Menurut Kasali, R. (2021), pelanggan Business-to-Business adalah perusahaan atau organisasi yang membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan lain untuk keperluan bisnis mereka. Sedangkan pelanggan Business-to-Consumer adalah individu atau konsumen akhir yang membeli produk atau menggunakan jasa untuk keperluan pribadi.

4. Pelanggan Reseller dan Pelanggan End User

Menurut Sula, H. A. (2020), pelanggan dapat dibagi menjadi pelanggan reseller dan pelanggan end user. Pelanggan reseller adalah mereka yang membeli produk dari suatu perusahaan untuk dijual kembali kepada pelanggan akhir. Sementara itu pelanggan end user adalah individu atau organisasi yang menggunakan produk atau jasa secara langsung untuk keperluan mereka sendiri.

2. 4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

a. Tangible (Keberwujudan)

Tangible menurut Suharyono, S. (2019), adalah indikator yang mengukur keberwujudan atau aspek fisik dalam pelayanan pelanggan.

Indikator ini meliputi penampilan fisik karyawan, keadaan fasilitas, peralatan, atau lingkungan fisik yang berkaitan dengan pelayanan. Keberwujudan yang baik dapat memberikan kesan profesionalisme dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

b. Empati (Empathy)

Empathy menurut Mardalis, M. (2019), adalah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memahami dan merasakan emosi serta kebutuhan pelanggan. Indikator ini melibatkan kemampuan dalam mendengarkan, berempati, dan merespons secara emosional terhadap pelanggan. Pelayanan yang empatik dapat memberikan pengalaman positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Reliability (Keandalan)

Kusumanto, D. (2019), menjelaskan bahwa reliability adalah indikator yang mengukur keandalan atau konsistensi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Indikator ini meliputi kepastian waktu, keakuratan informasi, dan kemampuan untuk menghormati janji atau komitmen kepada pelanggan. Keandalan yang tinggi menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

d. Responsiveness (Daya tanggap)

Menurut Sula, H. A. (2020), responsive adalah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan tanggapan yang cepat dan tepat terhadap kebutuhan, permintaan, atau masalah pelanggan. Indikator ini mencakup waktu respons, kesediaan untuk membantu, dan komunikasi yang efektif. Responsif yang baik dapat memberikan rasa dihargai dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

e. Assurance (Jaminan)

Kusumanto, D. (2019), juga menjelaskan bahwa assurance adalah indikator yang mengukur jaminan atau keyakinan yang diberikan kepada pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan. Indikator ini mencakup keahlian karyawan, sertifikasi, kepercayaan, dan reputasi

perusahaan. Assurance yang baik membangun kepercayaan dan memberikan rasa aman kepada pelanggan.

2.5 Manfaat Pelayanan Pelanggan

Adapun beberapa manfaat dari pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut Suharyono, S. (2019), pelayanan yang baik dapat memenuhi harapan pelanggan, memberikan pengalaman positif, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

2. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Menurut Mardalis, M. (2019), pelayanan pelanggan yang baik dapat membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung tetap loyal dan memilih untuk bertransaksi kembali dengan perusahaan. Loyalitas pelanggan yang tinggi juga dapat mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru.

3. Meningkatkan Citra Perusahaan

Pelayanan pelanggan yang baik menurut Kotler, P., et al. (2019), dapat membantu meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan dan masyarakat umum. Ketika perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas, profesional, dan responsif, citra perusahaan akan positif, yang dapat mempengaruhi persepsi dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

4. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Pelayanan pelanggan yang unggul dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Menurut Sula, H. A. (2020), dalam persaingan bisnis yang ketat, perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya akan memiliki keunggulan dalam memenangkan hati dan preferensi pelanggan.

5. Meningkatkan Profitabilitas

Menurut Kusumanto, D. (2019), pelayanan pelanggan yang baik dapat berdampak langsung pada profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung membeli lebih banyak, melakukan pembelian berulang, memberikan referensi, dan memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan dan keuntungan perusahaan

2. 6 Kepuasan Pelanggan

2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019), kepuasan pelanggan adalah perasaan positif atau evaluatif yang timbul sebagai hasil perbandingan antara harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2019), kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana persepsi pelanggan tentang kinerja produk atau layanan sesuai dengan harapan mereka. Sugiyono (2020), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan evaluasi mereka terhadap kualitas produk atau layanan yang diterima.

Menurut Susanto (2021), kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap seluruh interaksi dan pengalaman mereka dengan perusahaan, mulai dari tahap pra-pembelian hingga pasca-pembelian.

Menurut Bakti et al., (2020) terdapat 5 (lima) indikator dalam memberikan kepuasan pelayanan terhadap konsumen yakni : Tangiable (Bentuk Fisik), Reability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Emphaty (Kepedulian).

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Lokasi Perusahaan

3.1.1 Sejarah PT.Astra Internasional, Tbk-Auto2000 (Raden Intan)

PT. Asuransi Kredit Indonesia atau PT. Askrindo (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam asuransi/penjaminan, tidak dapat dipisahkan dari pembangunan ekonomi Bangsa dan Negara Republik Indonesia. Berdiri tanggal 6 April 1971 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1/1971 tanggal 11 Januari 1971, untuk mengemban misi dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) guna menunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Peran PT. Askrindo (Persero) dalam pemberdayaan UMKM adalah sebagai lembaga penjamin atas kredit yang disalurkan oleh perbankan kepada UMKM.

Dalam rangka mencapai sasaran ini pemerintah mengambil langkah konkrit antara lain dengan mengembangkan usaha kecil dan menengah dengan cara mengatasi salah satu aspek usaha yang penting yaitu aspek pembiayaan. Berdiri tanggal 6 April 1971 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 1/1971 tanggal 11 Januari 1971, untuk mengemban misi dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) guna menunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Peran PT. Askrindo dalam pemberdayaan UMKM adalah sebagai lembaga penjamin atas kredit yang disalurkan oleh perbankan kepada UMKM. Pada tanggal 31 Maret 2020 berdasarkan Keputusan Menteri BUMN, PT Askrindo bergabung dengan Holding BUMN asuransi dan penjaminan, Indonesia Financial Group (IFG). Askrindo senantiasa

mengembangkan sayap usahanya untuk memberikan layanan yang prima, dengan didukung oleh Kantor Cabang berjumlah 60 Kantor yang tersebar di 34 Provinsi seluruh Indonesia.

3.1.2 Lokasi Kegiatan Penelitian



Gambar 3. 1 Gedung PT.Askrindo cabang Lampung

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Alamat : Jalan Prof. Mr. MH. Yamin No.32 G-H, Rawa Laut, Tanjung Karang Timur, Rw. Laut, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung 35213
Fax/Telp : -(0721)268667
Provinsi : Lampung
Website : <http://askrindo.co.id/>

3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Selanjutnya setiap perusahaan/organisasi selalu mempunyai visi dan misi, adapun visi dan misi pada PT Askrindo Cabang Lampung yaitu :

1. Visi

“Menjadi penyedia solusi pengelola risiko terpercaya dengan layanan bernilai tambah yang berkesinambungan guna mendukung perekonomian nasional”.

2. Misi

Menjalankan kegiatan usaha penanggulangan risiko yang mendukung pembangunan ekonomi nasional terutama program Pemerintah dalam pengembangan UMKMK dan usaha korporasi lainnya; Memberikan solusi pengelola risiko dengan layanan bernilai tambah kepada pelanggan dan mitra bisnis secara komprehensif dan berkesinambungan; Memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan (stakeholders) dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, Sistem Pengendalian Intern dan Manajemen Risiko yang didukung oleh teknologi dan Sumber Daya Manusia yang handal, pengembangan UMKMK dan usaha korporasi lainnya. Menjalankan kegiatan usaha penanggulangan risiko dengan layanan global, Memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, Sistem Pengendalian Intern (SPI) dan Manajemen Risiko.

3.2 Logo Perusahaan

Adanya kata asuransi merupakan penegasan Askrindo sebagai perusahaan asuransi dan perubahan logo tersebut mendukung pertumbuhan perusahaan kedepannya. Selain itu, Askrindo mengubah slogannya dari "Askrindo Partnership For Growth " menjadi "Askrindo Melayani Lebih Baik" memperkuat citra perusahaan sebagai perusahaan asuransi yang energik, kuat, bersemangat dan inovatif serta menunjukkan budaya transformasi. Logo biru tua yang baru menggambarkan Askrindo sebagai perusahaan keuangan yang stabil.



Gambar 3. 2 logo PT.Askrindo

Sumber:<https://askrindo.co.id/profil-perusahaan>

3.2.1 Makna Logo

Bentuk logo Askrindo berasal dari huruf alpha (α) dalam abjad Yunani yang berarti yang pertama menyimbolkan PT Askrindo sebagai asuransi kredit nomor satu di Indonesia. Dan huruf k dari kata kappa yang berarti keseluruhan, menyimbolkan layanan Askrindo yang menyeluruh. Memperlihatkan sebuah bentuk ikatan erat yang melambangkan kemitraan yang solid untuk tumbuh dan mencapai tujuan bersama. Penggalan huruf k berwarna oranye melambangkan sikap progresif untuk mengembangkan dan membuka diri di kancah global.

3.2.2 Makna Warna

Makna warna dalam logo diatas yaitu:

- | | |
|--------|---|
| Biru | : Menyimbolkan kedalaman visi-misi dan juga pengetahuan serta pengalaman. |
| Orange | : Menyimbolkan energi, semangat dan juga inovasi kreatif PT Askrindo Cabang Lampung merupakan perusahaan yang berbentuk PT (Perseroan Terbatas). PT Askrindo bergerak dibidang asuransi dan kredit. Dimana cakupan asuransi nya ada dua yaitu asuransi finansial dan asuransi umum. |

3.2.3 Produk Asuransi

1. Asuransi finansial diantara yaitu:

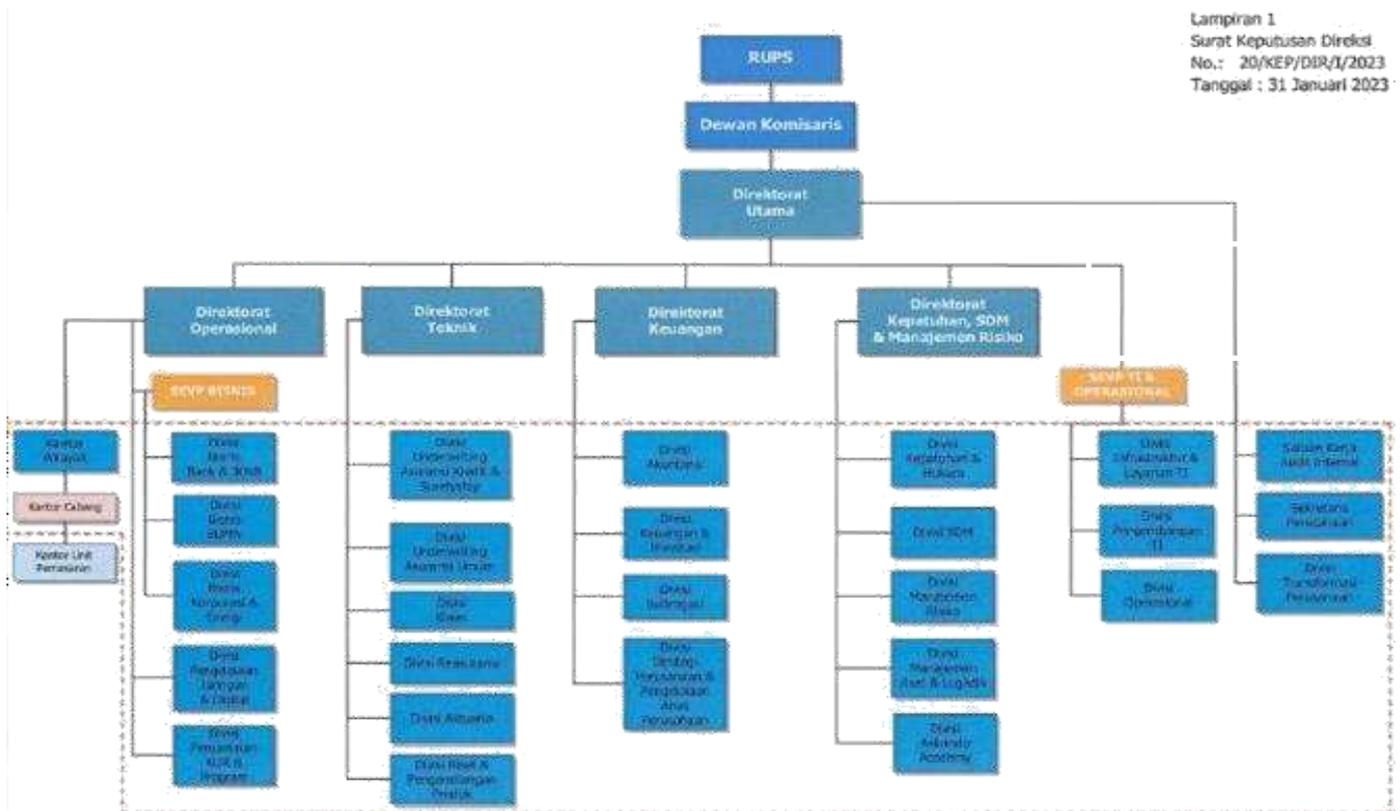
- a) Penjaminan KUR
- b) Penjaminan KMK
- c) Asuransi kredit serba guna
- d) Asuransi Kredit Perdagangan
- e) Surety bond
- f) Kontra bank
- g) Customer bonds

2. Asuransi umum diantaranya yaitu:

- a) Asuransi kecelakaan diri
- b) Asuransi kebakaran
- c) Asuransi kontruksi
- d) Asuransi tanggung gugat
- e) Asuransi pengangkutan barang
- f) Asuransi property *all risk*
- g) Asuransi uang
- h) Asuransi kerusakan mesin
- i) Asuransi alat berat
- j) Asuransi perjalanan

3.3 Struktur Organisasi

3.3.1 Struktur Organisasi Institusi



Tabel 3. 1 Struktur organisasi PT. Askrindo

Sumber : data milik PT. Askrindo

3.3.2 Struktur Organisasi Bidang/Bagian HR

1. Struktur Organisasi PT. Askrindo Kantor Cabang Lampung



Tabel 3. 2 Organisasi di Kantor cabang Lampung

Sumber : data Internal

2. Daftar Nama Organisasi di PT.Askrindo Cabang Lampung dan KPPM

Struktur organisasi PT. Askrindo Cabang Lampung yang dipimpin oleh Bapak Heri Rahmat F, Kabag Klaim Dan Subrogasi yang dipegang oleh Erwin Susanto dan staffnya ibu Rohaya, bapak Rohim, bapak Dear Veriansyah, dan bapak Yussuf Ilham. Kabag Pemasaran dipegang oleh Bapak Fikri Izzudin bersama staffnya yaitu bapak Wawan, bapak Chairul Anwar, dan ibu Sellina Okta. Kabag Underwriting Bapak Taufik bersama staffnya yaitu Ibu santi, ibu Prida Ayu dan ibu Ditasari, Kabag Keuangan dan Umum oleh Bapak Sudirman, Berserta staffnya yaitu ibu Veronicha dan bapak Akbar serta office boy dan Petugas keamanan. Setelah itu di kantor KPPM Lampung di pegang oleh Ibu Frida.

1) Kepala Cabang

Bertanggung jawab penuh terhadap jalannya operasi perusahaan yang di pimpinanya ke pusat. Melaksanakan rencana kerja perusahaan yang telah ditetapkan Mengelola, mengatur, dan mengawasi seluruh sumber daya yang ada di perusahaan untuk tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal khusus mengepalai Departemen penjualan dalam perusahaan sesuai dengan struktur organisasi perusahaan.

2) Kasi Pemasaran

Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan. Merencanakan marketing research yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.

3) Kasi Keuangan Dan Umum

- Menyusun rencana kerja pada Sub Bagian Umum dan Keuangan

- Mengkoordinasikan pendistribusian, pengelolaan arus surat masuk untuk memperlancar penerimaan informasi
- Mengkoordinasikan pengetikan surat-surat keluar pada Sub Bagian Umum dan Keuangan
- Mengkoordinasikan pengiriman surat keluar untuk memperlancar penyampaian informasi
- Meneliti konsep pertanggungjawaban sesuai dengan kwitansi bukti pengiriman
- Mengklasifikasikan arsip di lingkungan Pengadilan Negeri Kandangan
- Mengelenggarakan urusan kearsipan dengan mengatur kegiatan penyediaan, pelayanan peminjaman, penyimpanan dan pemeliharaan arsip surat-surat dari kantor.
- Meneliti dan mengoreksi konsep surat yang berkaitan dengan tugas Sub Bagian Umum dan Keuangan.
- Menyelenggarakan pemeliharaan kendaraan dinas agar selalu dalam keadaan siap untuk digunakan.
- Mengatur penggunaan kendaraan dan angkutan dinas agar selalu dalam keadaan siap untuk digunakan.
- Menyelenggarakan administrasi biaya pemeliharaan kendaraan dinas sebagai bahan pertanggungjawaban penggunaan kendaraan dinas.
- Menyelenggarakan pemeliharaan alat perlengkapan kantor, kantor dan rumah dinas sesuai dengan rencana dan anggaran yang telah ditetapkan.
- Menyelenggarakan pemeliharaan pemakaian telepon, listrik, air dan kebersihan ruangan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.
- Menyelesaikan pelaksanaan penghapusan atau penjualan alat perlengkapan kantor dan kendaraan dinas sesuai dengan peraturan yang berlaku.

- Mengkoordinasikan pelaksanaan pengamanan di lingkungan Pengadilan Negeri Kandangan.
- Melakukan pembinaan pegawai dalam lingkungan Sub Bagian Umum dan Keuangan.
- Melakukan penilaian pelaksanaan pekerjaan bawahan

4) Kasi Klaim Dan Subrogasi

Merencanakan penyelesaian klaim tepat waktu dan mengendalikan pelayanan serta menanggapi keluhan nasabah untuk meneliti terjadinya klaim dan menetapkan klaim.

5) Kasi Underwriting

Tugas pokok underwriting yaitu bertugas melakukan verifikasi dokumen nasabah memberikan pelayanan ke nasabah, kontribusi, pengajuan jaminan serta memberikan informasi dan menangani keluhan nasabah melakukan verifikasi terhadap polis sesuai batas kewenangan bertanggung jawab kepada kepala cabang.

6) Anak perusahaan

Membuat operasi di salah satu bisnis menjadi lebih terfokus ketimbang hanya terpisah sebagai divisi-divisi. Dengan hal ini, maka PT. Askrindo Cabang Lampung memiliki anak perusahaan yaitu PT. Askrindo Syariah Cabang Lampung dengan bertujuan agar aktivitas operasional yang dijalankan oleh masing-masing anak perusahaan juga akan menjadi lebih efisien.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: Pelayanan pada PT Askrimdo Kantor Cabang Lampung, sudah tergolong baik jika dilihat dari berbagai aspek seperti pelayanan dalam bentuk tangible, reliability, responsiveness, dan empathy. Akan tetapi masih terdapat aspek yang tidak terpenuhi dalam proses pelayanannya yaitu pada aspek pemberian dimensi keandalan (reability) yang membuat timbul keluhan pelanggan mengenai tergantungnya klaim asuransi pada saat terhitung terjadinya klaim.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut : Mengacu pada kesimpulan aspek kualitas pelayanan tangible, reliability, responsiveness, empathy dan assurance memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan hendaknya PT Askrimdo Kantor Cabang Lampung mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cepat, tepat dan berkualitas. Dan dalam mengatasi masalah yang disampaikan oleh pelanggan, hendaknya perusahaan melakukan sosialisasi menyeluruh tentang kemudahan mengenai proses terjadinya klaim pada saat pengajuan klaim dari nasabah di kantor cabang ke kantor pusat serta memberitahukan ketentuan dalam pengajuan klaim kantor pusat. Penelitian diambil dari hasil data yang telah dilakukan di PT. Askrimdo Kantor Cabang Lampung.

1. Untuk hasil Dimensi Reability (Keandalan), diharapkan bagi pegawai dapat ditingkatkan lagi dari dalam wawasan mengenai pengetahuan yang baik dalam memberikan informasi pelayanan.
2. Untuk Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) untuk dapat ditingkatkan lagi mengenai daya tanggap dalam menangani masyarakat dan memberikan pelayanan agar masyarakat merasa puas dan nyaman ketika proses melayani berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- (Andini and Waluyo 2022) Andini, Siska Fitri, and Minto Waluyo. 2022. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode CSI Dan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran." *Juminten* 3(1): 73–84.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(2), 82-92.
- Euisnawati, R. D., Komala, N., & Ningrum, E. P. (2022). Pengaruh startegi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bimba solusi kids unit candrabaga bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 128-137.
- Hendro, Y dan Syamswana, Y. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Kasali, R. 2019. *Manajemen Pemasaran: Strategi, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusumanto, D. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mardalis, M. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. Pratomu, H. M. H. 2021. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa). *Among Makarti*, 10(1).
- Sula, H. A. 2020. *Manajemen Pelayanan: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suharyono, S. 2019. *Manajemen Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, P., et al. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Supriyono, R.A, *Manajamen strategi dan kebijaksanaan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2015).
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
- Susanto, A. 2021. *Customer Experience Management*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. 2019. *Manajemen Jasa: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. 2019. Total Quality Management: Pendekatan Praktis. Jakarta: Andi Offset