

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Dasar Pemikiran Magang

Pada era globalisasi kompetisi usaha semakin ketat baik di bidang jasa maupun produk. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan penyedia jasa yang bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen dengan fasilitas yang memberikan kualitas pelayanan yang bermutu kepada pelanggan, dengan demikian perusahaan dapat menarik konsumen agar pelanggan loyal terhadap jasa yang diberikan oleh penyedia jasa atau perusahaan.

Pelanggan merupakan konsumen atau pengguna jasa yang melakukan kegiatan berupa pembelian produk maupun penggunaan jasa secara berulang-ulang terhadap tingkat kepuasan yang diterima pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Pelanggan sangat penting karena tanpa adanya pelanggan perusahaan tidak akan jalan atau ada. Kelangsungan suatu bisnis usaha jasa tergantung dari kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan, maka perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan penyedia jasa yang lainnya dan kemungkinan perusahaan tersebut dapat meraih kesuksesan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dalam strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas layanan jasa diantaranya yaitu sebagai berikut: melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang sangat penting bagi pasar sasaran dan memperkiakan

penilaian yang diberikan pasar terhadap perusahaan jasa maupun pesaing, dengan demikian perusahaan dapat memfokuskan pada upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pasar sasaran tersebut, mengelola harapan atau keinginan pelanggan, mengelola bukti kualitas maka dari itu jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas, mengenalkan atau mendidik konsumen tentang jasa, mengembangkan budaya kualitas yang terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur dan harapan konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan *automating quality*, perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk berkomunikasi baik menyangkut kebutuhan maupun keluhan pelanggan dan mengembangkan sistem informasi kualitas jasa.

Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan menjadi dua kriteria yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk (Samuel, 2016). Kualitas pelayanan merupakan bagian yang sangat penting. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan dalam mencapai tujuan organisasi perusahaan dan menjadikan pelanggan loyal terhadap produk maupun jasa perusahaan. Kualitas pelayanan bukanlah suatu hal yang permanen, melainkan fleksibel dan dapat diubah. Perubahan ini dapat berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Proses perubahan

kualitas pelayanan ini memerlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya, survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk di dalamnya berupa masukan, pendapat maupun umpan balik atau *feedback* mengenai pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan penyedia jasa.

Pelayanan *online* merupakan pelayanan yang diberikan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan perusahaan penyedia jasa secara elektronik sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan kepada perusahaan penyedia jasa. Pelayanan *offline (face to face)* merupakan pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara sesama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran-saluran langsung ke konsumen untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa melalui perantara.

Jasa Raharja merupakan bidang usaha yang bergerak di bidang asuransi sosial yang sepenuhnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia (BUMN) yang di dalamnya terdapat dasar hukum yang berlaku untuk setiap permasalahan kecelakaan lalu lintas yang dihadapi oleh konsumen dan perusahaan memberikan jaminan asuransi kecelakaan lalu lintas. Dalam melaksanakan asuransi kecelakaan penumpang alat angkutan umum dan asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga sebagaimana diatur UU No. 33 dan 34 tahun 1964 berikut peraturan pelaksanaannya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk magang di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dan menyusun serta menguraikan dalam bentuk tugas akhir dengan judul yaitu: “STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI PT JASA RAHARJA KANTOR CABANG YOGYAKARTA”.

1.2. Tujuan Magang

1. Untuk mempelajari strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Untuk mempelajari aplikasi *online* dan *offline (face to face)* dalam meningkatkan kualitas pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.
3. Untuk mengidentifikasi kendala PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

1.3. Target Magang

1. Mampu menjelaskan mengenai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.
2. Mampu memahami aplikasi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.
3. Mampu mengidentifikasi kendala PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

1.4. Bidang Magang

Bidang magang dilakukan pada bidang pemasaran, khususnya bagian pelayanan. Tugas dan wewenang bagian pelayanan yaitu mempelajari strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui aplikasi *online* dan *offline (face to face)*.

1.5. Lokasi Magang

Lokasi kegiatan magang akan dilakukan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta di Jalan Magelang No.7, Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta. Phone (0274) 562531. Kode pos 55231. Peta lokasi magang dapat dilihat pada Gambar

1.1.



Sumber: <https://www.google.co.id/maps> (2018)

Gambar 1.1 : Peta Lokasi PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

1.7. Sistematika Penulisan Laporan Magang

Merincikan secara garis besar laporan magang ini dijabarkan 4 (empat) bab:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi mengenai dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dan sistematika laporan penulisan magang.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang di dalamnya berisi mengenai dasar-dasar teori yang membahas permasalahan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas pada kegiatan magang dan menguraikan teori sebagai acuan untuk penulisan laporan tugas akhir.

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini merupakan bab yang di dalamnya berisi uraian mengenai pembahasan serta analisis data yang diperoleh selama proses kegiatan pelaksanaan magang. Dalam bab ini membahas gambaran umum PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta. Selain itu, pembahasan akan difokuskan mengenai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memahami aplikasi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mengidentifikasi kendala di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup laporan tugas akhir yang menjabarkan mengenai kesimpulan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya di Jasa Raharja

Kantor Cabang Yogyakarta serta saran untuk perkembangan dan kemajuan PT
Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Jasa

2.1.1. Konsep dan Definisi Jasa

Menurut Lovelock dan Wright (2002: 33) jasa dideskripsikan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.

Kotler dan Keller (2006: 372) berpendapat bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan terhadap sesuatu yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun non fisik.

Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud dimana tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam produksinya, jasa bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Perusahaan jasa dapat dikatakan baik jika jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan.

Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas yang hasilnya tidak dalam bentuk fisik maupun konstruksi yang biasanya biasanya ditawarkan kepada konsumen pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti: kenyamanan, hiburan, kesenangan maupun kesehatan) serta pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen. Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah perusahaan yang memberikan konsumen produk

jasa baik yang berwujud maupun tidak berwujud, seperti: transportasi, hiburan, restoran dan pendidikan.

Dari uraian di atas, bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara konsumen dengan perusahaan penyedia jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan termasuk barang melainkan jasa adalah suatu proses atau aktivitas dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak terwujud.

2.1.2. Klasifikasi Jasa

Menurut Lovelock (1992) dalam Tjiptono (2007), jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible actions* dan *intangible actions*), sedangkan sumbu horizontalnya merupakan penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan sumber temporer). Sedangkan, sumbu horizontalnya sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan atau kontinu dan penyampaian diskrit).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa

Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa

Jasa dilasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasanya melampaui penawaran). Sedangkan, sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa, perusahaan jasa mendatangi pelanggan: serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik). Sedangkan, sumbu horizontalnya adalah ketersediaan *outlet* jasa (*single site* dan *multiple sites*).

2.1.3. Karakteristik Jasa

Secara umum jasa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang berbeda dengan barang yang mempunyai pengaruh besar dalam pemasarannya yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan antara proses produksi dengan konsumsi,

mempunyai tingkat variabilitas yang tinggi, tidak dapat disimpan dan tidak menyebabkan suatu kepemilikan. (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1991: 150).

Menurut Kotler dan Keller (2006: 375-377) menyebutkan pada umumnya terdapat 4 (empat) karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*), dikarenakan sifat tidak terwujud dari jasa, biasanya jasa dirasakan secara subyektif dan ketika jasa dideskripsikan oleh pelanggan, ekspresi seperti: pengalaman, kepercayaan, perasaan dan keamanan adalah tolak ukur yang dipakai. Inti dari suatu jasa adalah ketidakberwujudan dari aktivitas itu sendiri. Oleh karena itu, tingginya suatu ketidakberwujudan maka jasa sangat sulit dievaluasi oleh pelanggan.
2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*), karena jasa bukan merupakan suatu benda melainkan suatu aktivitas atau proses dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara simultan (*simultaneously*) maka pada suatu tingkatan, sangat sulit untuk mengontrol kualitas dan melakukan pemasaran dengan cara tradisional.
3. Tidak tahan lama (*Perishability*), karakteristik yang menyatakan bahwa tidak memungkinkan untuk menyimpan jasa seperti barang.
4. Beragam (*Variability*), karena proses produksi dan proses penyampaian dilakukan oleh manusia dimana manusia mempunyai sifat yang tidak konsisten sehingga penyampaian suatu jasa belum tentu sama terhadap tiap-tiap individu.

2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.1. Definisi Pelayanan

Menurut Kotler (1996: 578) dalam Laksana (2008) bahwa pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang ada pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Pakar ekonomi lainnya yaitu Bermen (1995: 20) berpendapat bahwa pelayanan merupakan komponen dalam bisnis yang tidak dapat dipisahkan baik itu untuk perusahaan jasa maupun perusahaan dagang, untuk perusahaan jasa pelayanan sebagai produk yang berdiri sendiri, sedangkan untuk perusahaan dagang dan industry sebagai produk tambahan yang melekat pada produk utamanya.

Jadi, pelayanan adalah komponen dalam sebuah bisnis baik pada perusahaan jasa maupun dagang yang mempunyai karakteristik yang berbeda antara perusahaan jasa maupun dagang sehingga komponen tersebut tidak dapat dipisahkan.

2.2.2. Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithmal *et al.*, (1990: 09) dalam Laksana (2008), kualitas pelayanan dapat didefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Pada umumnya harapan atau keinginan pelanggan

merupakan keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterima apabila pelanggan tersebut membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik jasa maupun barang, sedangkan kinerja yang dihasilkan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan jasa maupun produk maka dari itu, suatu perusahaan harus memiliki manajemen yang baik yang memiliki persepsi yang sama sesuai keinginan pelanggan. Keadaan ini sama seperti yang dikemukakan Garpez (1997: 34) “kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.”

Jadi, kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan baik perusahaan jasa maupun dagang yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dimana pelanggan akan mempersepsikan sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut.

2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima (5) jenis dimensi dalam kualitas pelayanan atau *service* menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011: 182) yakni sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal. Bukti nyata dan pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa adalah penampilan dan kemampuan, sarana atau prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini perusahaan harus mampu secara nyata menunjukkan kelebihan

mereka seperti fasilitas gedung perkantoran, *layout* ruangan, penampilan pegawainya dan penunjang lainnya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal tersebut dapat meliputi ketepatan melayani, tidak ceroboh dan akurat. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang telah disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan perspektif yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut.

5. Empati (*Empathy*)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang

pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3. Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

2.3.1. Definisi Strategi

Menurut Sofyan (2015) strategi merupakan suatu rancangan aktivitas yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum. Oleh karena itu, setiap orang (karyawan) dalam perusahaan maupun diluar perusahaan dapat mengetahui. Akan tetapi, dalam melaksanakan strategi yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan harus dirahasiakan tidak semua orang dapat mengetahuinya.

Sembiring (2016) berpendapat bahwa manajemen strategi merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memnfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. Manajemen strategi itu sendiri sangatlah penting bagi perusahaan karena perusahaan dalam menjalani aktivitasnya lebih dinamis dan produktif, tujuan yang telah ditetapkan perusahaan menjadi lebih jelas tentunya hal ini dapat memudahkan untuk memotivasi karyawan perusahaan dan berbagai tingkatan manajemen, untuk memudahkan pengendalian operasional perusahaan sesuai SOP serta dapat menyatukan kegiatan fungsional perusahaan. Apabila perusahaan mampu menguasai manajemen strategi dengan baik dapat membuka wawasan, memnfaatkan sumber daya secara optimal sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

2.3.2. Definisi Kualitas

Kualitas adalah “derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan” perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan (ISO 9000 dalam Lupiyoadi, 2013).

Menurut Lupiyoadi (2013) konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan spesifikasinya. Selain itu, terdapat tiga orientasi kualitas yang konsisten seperti: persepsi konsumen, jasa dan proses. Ketiga orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan yang dilihat dari kebutuhan atau keinginan pelanggan sehingga terciptanya kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa.

2.3.3. Dimensi Kualitas

Menurut Purnama (2006) menentukan dimensi kualitas produk dapat dibedakan antara lain produk manufaktur atau barang dan produk layanan karena dimensi tersebut memiliki banyak perbedaan, menyediakan produk layanan (jasa) berbeda dengan produk barang. Perbedaan tersebut memiliki implikasi penting dalam manajemen kualitas antara lain sebagai berikut:

1. karena menurut setiap konsumen bahwa kualitas harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan berbeda satu sama yang lainnya.

2. Produksi layanan memerlukan tingkatan “*customization* atau *individual customer*” yang lebih tinggi dibandingkan manufaktur atau barang.
3. Output sistem layanan tidak berwujud, sedangkan manufaktur atau barang memiliki sistem yang berwujud. Kualitas produk barang atau manufaktur dapat diukur sesuai dengan spesifikasi desain, sedangkan kualitas layanan dapat diukur melalui pandangan konsumen (subyektif).
4. Produk layanan jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama, sedangkan produk manufaktur atau barang diproduksi sebelum dikonsumsi.
5. Produk layanan jasa seringkali terlibat dalam proses layanan dan ada ketika layanan tersebut dibentuk, sedangkan produk layanan manufaktur atau barang dibentuk di luar keterlibatan langsung dari konsumen.
6. Produk layanan jasa secara keseluruhan tenaga kerja, sedangkan produk manufaktur atau barang lebih banyak modal.
7. Banyak perusahaan penyedia jasa harus menangani secara langsung transaksi konsumen.

2.3.4. Definisi Pelayanan *Online*

Menurut Rowley (2006) berpendapat bahwa *E-Service* adalah perbuatan, usaha atau pertunjukan yang pengiriman di mediasi oleh teknologi informasi. Layanan elektronik tersebut meliputi unsur layanan *e-tailing*, dukungan pelanggan, dan pelayanan. Pelayanan yang diberikan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan perusahaan penyedia

jasa secara elektronik sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan kepada perusahaan penyedia jasa.

Definisi ini mencerminkan tiga komponen utama yaitu penyedia layanan, penerima layanan, dan saluran pelayanan yaitu teknologi misalnya, sebagai yang bersangkutan untuk melakukan pelayanan *online*. Internet adalah saluran utama dari layanan *online* maupun elektronik misalnya telepon, *call center*, dan aplikasi *online* yang disediakan oleh perusahaan penyedia jasa.

Layanan Elektronik (*E-Service*) merupakan gabungan antara pelayanan dan elektronik. *E-Service* adalah langkah yang tepat untuk mengatasi kesulitan dari pelayanan tradisional yang kendalanya sering ada diterbatasnya fasilitas dari perusahaan penyedia jasa maupun produk. Dari sisi ke efisien waktu, (*E-Service*) bisa diakses lebih fleksibel bagi pelanggan dimanapun dan waktu respon dari perusahaan yang tergolong cepat, walaupun hingga saat ini baru sedikit yang melakukan *e-service* secara *real time*.

Dengan adanya pelayanan *online* maka memudahkan perusahaan dalam berkomunikasi maupun melakukan aktivitas dengan pelanggan (klaim), sehingga memudahkan pelanggan (klaim) dalam menghadapi pemecahan masalah jadi lebih mudah.

2.3.5. Definisi Pelayanan *Offline* (*face to face*)

Pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan

yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat (Maddy, 2009; 8). Pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara sesama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran-saluran langsung ke konsumen untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa melalui perantara.

Pendapat lain menyatakan bahwa layanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisiten dan akurat (Rahmayanty, 2013; 18). Pelayanan Prima (*Service Excellent*) dapat dipahami sebagai melayani sebagai melayani lebih dari yang diharapkan dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses dan kepuasan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan dari definisi pelayanan prima (*Service Excellent*) adalah sebuah kepedulian yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa terhadap para pelanggan dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, berdasarkan standar dan prosedur pelayanan untuk mewujudkan kepercayaan pelanggan agar pelanggan selalu puas, sehingga mewujudkan pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1. Data Umum

3.1.1. Sejarah PT Jasa Raharja (Persero)

1. Tahun 1960

Sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap Perusahaan-Perusahaan milik Belanda dengan diundangkannya Undang-Undang No. 86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan Belanda.

Penjabaran dari Undang-Undang tersebut dalam bidang asuransi kerugian, pemerintah melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan asuransi kerugian Belanda berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 6 tahun 1960 tentang Penentuan Perusahaan Asuransi Kerugian Belanda yang dikenakan Nasionalisasi.

Adapun perusahaan-perusahaan yang dinasionalisasi dimaksud sebagai berikut:

- 1) Perusahaan Firma Bekouw & Mijnsen di Jakarta.
- 2) Perusahaan Firma Blom & van Der Aa di Jakarta.
- 3) Perusahaan Firma Sluyters di Jakarta.

Peraturan Pemerintah tersebut ditetapkan tanggal 16 Januari 1960, namun berlaku surut sampai tanggal 3 Desember 1957. Selanjutnya, beberapa perusahaan yang telah dinasionalisasi tersebut ditetapkan dengan status badan hukum Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) sesuai dengan Undang-Undang

Nomor 19 Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara yang seluruh modalnya merupakan kekayaan Negara Republik Indonesia.

Sebagai perusahaan negara, berdasarkan Pengumuman Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No.12631/B.U.M. II. tanggal 9 Februari 1960, kemudian nama perusahaan-perusahaan tersebut diubah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Perubahan Nama Perusahaan PT Jasa Raharja (Persero)

NO	NAMA LAMA	NAMA BARU
1	1. Firma Blom & Van Der Aa di Jakarta 2. Firma Bekouw & Mijnsen di Jakarta 3. Firma Sluyters & Co 4. N.V. Assurantie Maatschappij Jakarta di Jakarta	Perusahaan Asuransi Kerugian Negara “IKA BHAKTI”
2	N.V. Assurantie Kantoor Langveldt-Schroder di Jakarta	Perusahaan Asuransi Kerugian Negara “IKA DHARMA”

Sumber: <https://www.jasaraharja.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>

2. Tahun 1961

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1961 tentang Pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Eka Karya, keempat Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) tersebut yang semula berdasarkan Pengumuman Menteri Keuangan (Badan Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda) No.12631/B.U.M. II. tanggal 9 Februari 1960 yang nama perusahaannya disebut dengan “Ika” menjadi “Eka”.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah itu pula, keempat Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) tersebut yaitu Eka Bhakti, Eka Dharma, Eka Mulya dan Eka Sakti pada tanggal 1 Januari 1961 dilebur untuk menjadi satu perusahaan dengan nama Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya. Dengan peleburan tersebut, maka segala hak dan kewajiban, kekayaan, pegawai dan usaha keempat perusahaan tersebut beralih kepada Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya.

Namun dalam Pengumuman Menteri Keuangan (Badan Penguasa Perusahaan-perusahaan Asuransi Kerugian Belanda) No.: 29495%/B.U.M.II tanggal 31 Desember 1960, penyebutan nama perusahaan-perusahaan tersebut kembali menggunakan “Ika” termasuk perusahaan yang baru didirikan tersebut yaitu “Ika Karya”. Adanya perbedaan tersebut disebabkan karena Pengumuman Menteri Keuangan tersebut diterbitkan mendahului diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1961 tentang Pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Eka Karya yaitu pada tanggal 24 Maret 1961.

Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya yang berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, agen atau koresponden di dalam dan/atau di luar negeri bergerak dalam bidang usaha perasuransian yaitu:

- 1) Mengadakan dan menutup segala macam asuransi termasuk reasuransi, kecuali pertanggungan jiwa.
- 2) Memberi perantaraan dalam penutupan segala macam asuransi.

3. Tahun 1965

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 8 tahun 1965 tentang Pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Djasa Rahardja, mulai 1 Januari 1965 Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya dilebur menjadi perusahaan baru dengan nama “Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Raharja” dan seluruh kekayaan, pegawai dan segala hutang piutang Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya dialihkan kepada Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja.

Sebagaimana Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya, Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja pun berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, sedangkan untuk agen atau koresponden hanya diperkenankan di dalam negeri.

Berbeda dengan Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Eka Karya yang memberikan pertanggungan yang bersifat umum untuk segala jenis asuransi, maka Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja didirikan dengan kekhususan memberikan pertanggungan dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang termasuk reasuransi dan perantara dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang.

Beberapa bulan sejak pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja, tepatnya tanggal 30 Maret 1965 Pemerintah menerbitkan Surat Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan No.

B.A.P.N. 1-3-3 yang menunjuk PNAK Jasa Raharja untuk melaksanakan penyelenggaraan Dana Pertanggungjawaban Kecelakaan Penumpang dan Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan sesuai Undang-Undang Nomor 33 dan Undang-Undang Nomor 34 tahun 1964.

4. Tahun 1970

Pada tahun 1970, Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja. Perubahan status ini dituangkan dalam Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970 yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 9 tahun 1969 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1969 Tentang Bentuk-Bentuk Usaha Negara Menjadi Undang-Undang. Pasal 2 ayat 2 dari UU tersebut menyatakan bahwa PERUM adalah Perusahaan Negara yang didirikan dan diatur berdasarkan ketentuan-ketentuan yang termaktub dalam Undang-Undang No. 19 Prp tahun 1960.

5. Tahun 1978

Pada tahun 1978 yaitu berdasarkan PP No.34 tahun 1978 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pendirian Perusahaan Umum Asuransi Kerugian “Jasa Raharja”, selain mengelola pelaksanaan UU No.33 dan UU No. 34 tahun 1964, Jasa Raharja mendapat mandat tambahan untuk menerbitkan surat jaminan dalam bentuk Surety Bond. Penunjukan tersebut menjadikan Jasa Raharja sebagai pionir penyelenggara surety bond di Indonesia, di saat perusahaan asuransi lain umumnya masih bersifat

fronting office dari perusahaan surety di luar negeri sehingga terjadi aliran devisa ke luar negeri untuk kepentingan tersebut.

Kemudian sebagai upaya pengemban rasa tanggung jawab sosial kepada masyarakat khususnya bagi mereka yang belum memperoleh perlindungan dalam lingkup UU No. 33 dan UU No. 34 tahun 1964, maka dikembangkan pula usaha Asuransi Aneka.

6. Tahun 1980

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin berkembang sehingga diperlukan pengelolaan usaha yang lebih terukur dan efisien, maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No. 39 tahun 1980 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum Asuransi Kerugian “Jasa Raharja” menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan nama PT (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja.

7. Tahun 1981

Anggaran Dasar Jasa Raharja yang semula diatur dalam Peraturan Pemerintah pendiriannya, maka sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1969 tentang Perusahaan Perseroan (PERSERO) pengaturannya harus dipisahkan. Anggaran Dasar Jasa Raharja tersebut selanjutnya dituangkan dalam Akte Notaris Imas Fatimah, SH No. 49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981.

Dengan adanya perubahan nomenklatur kementerian, pada tahun ini pula, Pemerintah melalui Menteri Keuangan memperbaharui penunjukan Jasa Raharja dengan menerbitkan Keputusan Menteri Keuangan No:

337/KMK.011/1981 tanggal 2 Juni 1981 tentang Penunjukan Perusahaan Perseroan (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja untuk Menyelenggarakan Dana Pertanggungjawaban Kecelakaan Penumpang dan Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

8. Tahun 1994 – Sekarang

Pada tahun 1994, pemerintah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian sebagai penjabaran UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian. Peraturan Pemerintah tersebut mengatur antara lain ketentuan yang melarang Perusahaan Asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial untuk menjalankan asuransi lain selain program asuransi sosial.

Sejalan dengan ketentuan tersebut, maka terhitung mulai tanggal 1 (satu) Januari 1994 hingga saat ini Jasa Raharja melepaskan usaha asuransi non wajib dan surety bond untuk lebih fokus dalam menjalankan program asuransi sosial yaitu menyelenggarakan Dana Pertanggungjawaban Kecelakaan Penumpang sebagaimana diatur dalam UU No. 33 tahun 1964 dan Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan sebagaimana diatur dalam UU No. 34 tahun 1964.

3.1.2. Profil Perusahaan

PT Jasa Raharja (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) RI yang bergerak dalam bidang asuransi bagi korban kecelakaan kendaraan bermotor dan penumpang angkutan umum. Kegiatan PT Jasa Raharja (Persero) berlandaskan UU No. 33/1964 tentang dana pertanggungjawaban

kecelakaan penumpang umum dan UU No. 34/1964 tentang dana kecelakaan lalu lintas umum. Nama perusahaan yaitu PT Jasa Raharja (Persero), bidang usaha: asuransi sosial dan pemilik: 100% dimiliki oleh Negara Republik Indonesia.

1. Dasar Hukum

- 1) Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Djasa Rahardja.
- 2) Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor KEP-750/MK/IV/11/1970 tanggal 18 Nopember 1970 tentang Pernyataan mengenai Perusahaan Negara (P.N.) Asuransi Kerugian Djasa Rahardja sebagai Usaha Negara seperti yg dimaksud dalam ayat (2) Pasal Undang-Undang No. 9 Tahun 1969.
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 1980 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum Asuransi Kerugian Jasa Raharja Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

Berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Nomor AHU-0937972.AH.01.02 Tahun 2015 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas PT Asuransi Kerugian Jasa Raharja (Tambahan Berita Negara R.I. tanggal 18/8 - 2015 No. 66).

2. Akte Pendirian

Akta Nomor 49 tanggal 28 Februari 1981 yang dibuat di hadapan Imas Fatimah, Sarjana Hukum, Notaris di Jakarta yang telah beberapa kali diubah dan ditambah, terakhir dengan Akta Nomor 18 tanggal 2 Oktober 2009 yang dibuat dihadapan Yulius Purnawan, SH. MSi., Notaris Jakarta.

3. Kegiatan Usaha

Melaksanakan Asuransi Kecelakaan penumpang alat angkutan umum dan asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga sebagaimana diatur UU No. 33 dan 34 tahun 1964 berikut peraturan pelaksanaannya.

4. Jaringan Kantor

Jasa Raharja memiliki 29 kantor cabang, 63 kantor perwakilan, 67 Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) dan 1.285 SAMSAT yang tersebar diseluruh Indonesia.

3.1.3. Visi dan Misi PT Jasa Raharja (Persero)

1. Visi:

Menjadi perusahaan terkemuka di bidang Asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.

2. Misi:

- 1) Bakti kepada Masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
- 2) Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara Program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib, serta Badan Usaha Milik Negara.
- 3) Bakti kepada Perusahaan, dengan mewujudkan keseimbangan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan Perusahaan.

- 4) Bakti kepada Lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

3.1.4. Tugas Utama PT Jasa Raharja (Persero)

PT Jasa Raharja juga memiliki tugas menghimpun dan mengelola dana dari masyarakat guna memenuhi pemberian hak masyarakat atas santunan kecelakaan berdasarkan Undang-Undang No. 33 tahun 1964 tentang Dana Pertanggung Jawaban Kecelakaan Penumpang serta Asuransi Tanggung Jawab menurut hukum terhadap Pihak Ketiga yang dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang No. 34 tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

1. UU No 33 tahun 1964

UU No 33 tahun 1964 tentang Dana Pertanggung Jawaban Kecelakaan Penumpang Umum menjelaskan korban yang berhak atas santunan adalah setiap penumpang sah dari alat angkutan penumpang umum yang mengalami kecelakaan diri, yang diakibatkan oleh penggunaan alat angkutan umum, selama penumpang yang bersangkutan berada dalam angkutan tersebut, yaitu saat naik dari tempat pemberangkatan sampai turun ditempat tujuan. Bagi penumpang kendaraan bermotor umum (Bus) yang berada di dalam tenggelamnya kapal Ferry, maka kepada penumpang bus yang menjadi korban diberikan santunan ganda, sedangkan bagi korban yang jasadnya yang tidak ditemukan dan atau hilang, penyelesaian santunan didasarkan kepada Putusan Pengadilan Negeri.

2. UU No 34 tahun 1964

UU No 34 tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan menjelaskan bahwa korban yang berhak atas santunan adalah setiap orang yang berada di luar angkutan lalu lintas jalan yang menjadi korban akibat kecelakaan dari penggunaan alat angkutan lalu lintas jalan serta setiap orang atau mereka yang berada di dalam suatu kendaraan bermotor dan ditabrak, dimana pengemudi kendaraan bermotor yang penyebab kecelakaan termasuk dalam hal ini para penumpang kendaraan bermotor dan sepeda motor pribadi.

3.1.5. Tujuan Utama PT Jasa Raharja (Persero)

Tujuan utama PT Jasa Raharja (Persero) adalah memberikan santunan bagi korban kecelakaan. Korban kecelakaan yang berhak memperoleh santunan adalah korban kecelakaan yang terjamin UU No. 34 tahun 1964 yaitu: Korban kecelakaan lalu lintas yang tertabrak kendaraan bermotor atau kereta api, korban tabrakan dua atau lebih kendaraan bermotor yang berada diluarkendaraan penyebab terjadinya kecelakaan, dan korban kasus tabrak lari, yang terlebih dahulu dilakukan penelitian atas kebenaran.

Sedangkan korban kecelakaan yang terjamin UU No. 33 tahun 1964 antara lain: Penumpang yang sah dari angkutan umum baik darat, laut maupun udara dan korban yang tidak ditemukan jenazahnya serta menunggu keputusan dari pengadilan negeri.

Santunan kecelakaan dapat diberikan kepada korban sendiri atau ahli waris korban meliputi: Suami atau istri korban yang sah, orang tua korban yang

sah, anak korban yang sah dan apabila tidak ada ahli waris, maka diberikan penggantian biaya penguburan.

Jumlah santunan korban kecelakaan yang diberikan PT Jasa Raharja (Persero) berbeda-beda untuk setiap kasus kecelakaan dan jenis cedera yang dialami korban kecelakaan. Santunan tidak berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak tanggal terjadinya kecelakaan. Berikut ini adalah tabel besar santunan yang diberikan sesuai Peraturan Menteri Keuangan No. 36/PMK.010/2008 dan 377/PMK.010/2008 tanggal 26 Februari 2008:

Tabel 3.2 Besar Santunan sesuai Peraturan Menteri Keuangan

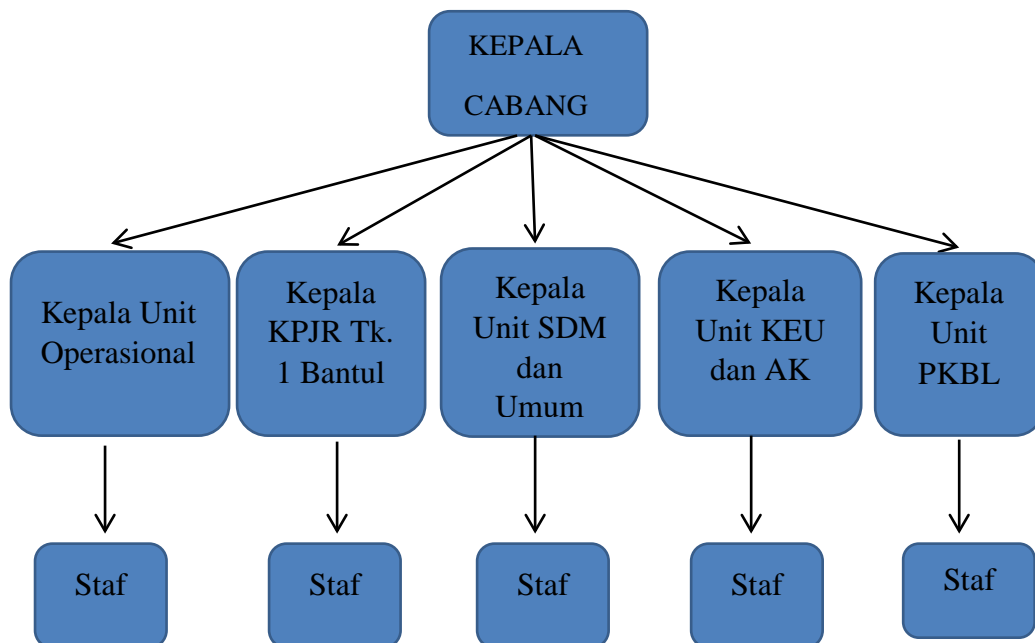
Jenis Santunan	UU No.33/1964	UU No.34/1964	UU No.33/1964 (Pesawat Terbang)
Meninggal Dunia	Rp 25.000.000,-	Rp 25.000.000,-	Rp 50.000.000,-
Luka Berat (Maks)	Rp 10.000.000,-	Rp 10.000.000,-	Rp 25.000.000,-
Luka Tetap (Maks)	Rp 25.000.000,-	Rp 25.000.000,-	Rp 50.000.000,-
Penguburan (Tanpa Ahli Waris)	Rp 2.000.000,-	Rp 2.000.000,-	Rp 2.000.000,-

Sumber: <https://www.jasaraharja.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>

1.1.6. Struktur Organisasi PT Jasa Raharja (Persero) Kantor Cabang Yogyakarta

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan

dalam pembagian tugas dan tanggung jawab serta wewenang dari masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi maka akan diperoleh keterangan mengenai besar kecilnya perusahaan yang bersangkutan, saluran tanggung jawab dari masing-masing pegawai atau karyawan, jabatan-jabatan yang terdapat dalam perusahaan dan perincian serta tugas dari masing-masing unit organisasi. Berikut ini adalah struktur organisasi pada PT Jasa Raharja (Persero) Kantor Cabang D.I.Yogyakarta dapat dilihat di Gambar 3.1.



Sumber: Edukasi PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

Gambar 3.1 Struktur Organisasi

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

Keterangan:

1. Kepala Cabang: RM WAHYU WIDODO, SH, MH 679215099 TJ. 4 – SG.

- 1) Ajun Arsiparis: Nuning Febriana, ST NPP. 820620930 TJ. 8 – SG. 19.
2. Kepala Unit Operasional: Wisnu Rhia Pramaulana, SE NPP. 820620919 TJ. 7 – SG. 22.
 - 1) PA UU 34 Tahun 1964 dan Humas: Aryo Wahyadi Kusuma, SH NPP. 911330699 TJ. 9 – SG. 16.
 - 2) PA UU 33 Tahun 1964 dan TIK: Hudalizaman, S.Kom NPP. 931534749 TJ. 9 – SG. 18.
 - 3) Ajun Arsiparis Unit Pelayanan: Riska Maulia, S.Ikom NPP. 901330689 TJ. 9 – SG. 17.
 - 4) PA Pelayanan: Agus Suryanto, A.Md NPP. 911330709 TJ. 9 – SG. 16.
3. Kepala KPJR Tk. 1 Bantul: Api Yanto Kurniawan NPP. 699215259 TJ. 7 – SG. 24.
 - 1) PJ KPJR Bantul: Budi Sulistyoyo, ST NPP. 851127489 TJ. 8 – SG. 12.
 - 2) Kasir KPJR Tk 1 Bantul:
4. Kepala Unit SDM dan Umum: Afriyanti, S. kom NPP. 850721110 TJ.7 – SG. 22.
 - 1) Ajun Arsiparis Unit Umum: Fahuzi, SE NPP. 689114459 TJ. 8 – SG. 18.
 - 2) Ajun Arsiparis Unit SDM: Ratih Prima Marta, SH NPP. 891228630 TJ. 9 – SG. 17.
5. Kepala Unit KEU dan AK: Gustony, SE, MM NPP. 689011209 TJ. 7 – SG. 24.
 - 1) Staf Kasir: Zainuri Maksum, SE NPP. 680924329 TJ. 8 – SG. 20.
 - 2) Staf Keu: Dian Rahmasari NPP 901229090 TJ. 9 – SG. 12.

6. Kepala Unit PKBL: Nurcahya, SH NPP. 638610189 TJ. 7 – SG. 24.

1) Staf: Tunjung Kusuma W, Amd NPP. 841025469 TJ. 9 – SG. 15.

1.1.7. Tugas dan Wewenang

1. Kepala Cabang

Tugas pokok Kepala Cabang antara lain:

- 1) Memimpin, memotivasi dan membina pegawai bawahannya.
- 2) Merencanakan dan mengamankan Sumber Daya Manusia (SDM), alat dan sarana fisik dalam unit kerja yang dipimpinnya.
- 3) Melakukan kerja sama dengan unit-unit kerja yang lain dalam perusahaan.
- 4) Mengendalikan seluruh pelaksanaan kegiatan di dalam unit kerja yang dipimpinnya.
- 5) Membantu kelancaran kerja atasan.
- 6) Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) Cabang.
- 7) Mengendalikan pungutan atau pemasaran Iuran Wajib (IW) dan Sumbangan Wajib (SW) di Cabang.
- 8) Mengendalikan pelayanan klaim di Cabang.
- 9) Mengendalikan pengelolaan keuangan di Cabang.
- 10) Memimpin pemeliharaan saran fisik dan barang material di Cabang.
- 11) Mengadakan penyuluhan terhadap masyarakat mengenai bidang usaha Jasa Raharja.

2. Sekretaris

Kegiatan rutin atau harian antara lain:

- 1) Menerima dan membuat register surat masuk, menuliskan lembar disposisi dan membuat kartu kendali.
- 2) Membuat dan meregister penomoran surat keluar.
- 3) Mengarsip surat masuk dan surat keluar kemudian memberikan kode pada surat.
- 4) Meneruskan surat sesuai dengan disposisi pimpinan pada unit yang terkait.
- 5) Membuat daftar isi paket dan mengirimkan surat (paket).
- 6) Membantu kepala cabang dalam membuat surat dalam segala bidang unit.

3. Kepala Unit Keuangan

Kegiatan rutin atau harian antara lain:

- 1) Memimpin dan mengkoordinir pencatatan pelaporan kegiatan keuangan cabang.
- 2) Mengendalikan kestabilan likuiditas di kantor cabang.
- 3) Mengendalikan pengelolaan keuangan melalui Daftar Harian Kas (DHK) kantor cabang.
- 4) Memimpin penyusunan rencana kebutuhan secara fisik dan barang material di kantor cabang.

Kegiatan berkala antara lain antara lain:

- 1) Mengkoordinasikan penyusunan rencana kerja atau program, anggaran dan laporan kantor cabang.
- 2) Memverifikasi pengelolaan keuangan melalui daftar harian bank kantor cabang.

- 3) Mengajukan surat kuasa untuk pengambilan uang di atas bawah kewenangan.
- 4) Mendampingi dan menyediakan data-data untuk kepentingan auditor internal atau auditor eksternal serta membuat laporan tindak lanjutnya.
- 5) Memimpin, memotivasi dan membina pegawai.
- 6) Melakukan penilaian terhadap bawahan Sumber Daya Manusia (SDM).

4. PA Keuangan dan Akuntansi

Kegiatan rutin antara lain:

- 1) Membuat laporan harian bank.
- 2) Membuat nota debit kredit.
- 3) Membuat laporan hasil usaha.
- 4) Membuat laporan Car Ioan (peminjaman lunak dalam bentuk uang).
- 5) Membuat laporan lump sum (kontrak barang atau jasa atas penyelesaian seluruh karyawan dalam batas waktu tertentu).
- 6) Membuat laporan OTM atau Cash Pooling (pengumpulan dana).
- 7) Membuat laporan posisi keuangan.
- 8) Membuat laporan Pajak Penerimaan (PPN).
- 9) Menerima berkas klaim dari pelayanan.
- 10) Memverifikasi berkas klaim.
- 11) Memberikan nomor Bukti Kas Keluar (BKK) dan Bukti Kas Masuk (BKM).
- 12) Memastikan kelengkapan berkas yang dikirim ke kantor pusat.

5. Kasir

Kegiatan rutin atau harian antara lain:

- 1) Membuat Surat Perintah Bayar (SPB) untuk bank.
- 2) Membuat Surat Perintah Transfer (SPT).
- 3) Menulis Cek dan Bilyer Giro untuk Bank.
- 4) Menelfon Bank untuk mengetahui saldo harian hubungannya dengan korban.
- 5) Pergi ke bank untuk pencairan atau menyetorkan uang yang tersisa.
- 6) Menerima setoran dari bagian akuntansi.
- 7) Menerima berkas klaim yang dibayar pada hari itu.
- 8) Menyiapkan uang pembayaran klaim.
- 9) Mengerjakan bukti pengeluaran kas atau bank.
- 10) Membayarkan klaim dan menunggu klien menghitungnya.
- 11) Mengerjakan bukti penerimaan kas atau bank.
- 12) Kinfirmasi jumlah klaim yang tersisa di Unit Pelayanan Klaim.
- 13) Membuat harian kas.
- 14) Menghitung sisa saldo.
- 15) Membuat laporan kas.
- 16) Melakukan wawancara dengan klaim.
- 17) Melengkapi dokumen dasar (kwitansi, dokumen dan formulir klaim) atau voucer (BKK) atau Laporan Harian Penerimaan (LHP) untuk Bukti Kas Masuk (BKM) dan Bukti Kas Keluar (BKK).

Kegiatan Berkala antara lain:

- 1) Meminta salinan rekening koran ke bank.
 - 2) Menyiapkan pengiriman dokumen keuangan secara mingguan (kas dan memorial).
 - 3) Membuat bukti penyetoran uang ke kantor pusat jika terjadi kelebihan kas.
 - 4) Membeli dan membuat laporan pemakaian materai.
 - 5) Membuat stok materai, cek dan bilyet giro.
6. Kepala Unit SDM dan Umum

Kegiatan rutin antara lain:

- 1) Memimpin penyusunan rencana kebutuhan sarana fisik dan barang material di cabang seperti: Memsatikan lancarnya pelayanan yang menunjang kegiatan operasional kantor cabang dan mengendalikan pengadaan saran fisik dan barang material di cabang.

Kegiatan Berkala antara lain:

- 1) Memimpin, memotivasi dan membina karyawan atau pegawai.
 - 2) Mengevaluasi dan menyetujui kebutuhan dari unit-unit lain terhadap jasa dan sarana penunjang lain yang harus disiapkan atau disiągakan.
 - 3) Mengendalikan dan memastikan terselenggaranya pengelolaan administrasi kepegawaian.
 - 4) Mendampingi dan menyediakan data-data untuk kepentingan auditor internal maupun eksternal.
 - 5) Melakukan penilaian terhadap bawahan Sumber Daya Manusia (SDM).
7. PA Unit SDM dan Umum

Pelaksanaan administrasi bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dan umum dan

menjaga kelancaran penerimaan dan pengeluaran uang di kantor cabang.

- 1) Membantu kepala cabang menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) cabang.
 - 2) Bertanggung jawab atas kegiatan bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dan umum.
 - 3) Memelihara dan menjaga barang-barang inventaris kantor. Kewenangannya adalah sebagai berikut:
 - 4) Bertanggung jawab atas kelancaran penerimaan dan pengeluaran perusahaan.
 - 5) Terselenggaranya administrasi bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dan Umum dengan baik.
 - 6) Terpeliharanya sarana dan prasarana perusahaan.
8. Kepala Unit Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Kegiatan rutin atau harian antara lain: Mengkoordinir pelaksanaan operasional dan administrasi kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) di cabang.

- 1) Meneliti dan menilai proposal program kemitraan dan program bina lingkungan yang diterima cabang.
- 2) Memimpin kegiatan survey atas proposal program kemitraan dan bina lingkungan.

Kegiatan Berkala :

- 1) Menyiapkan data yang diperlukan dalam kaitan penyusunan rencana kerja dan anggaran kantor cabang tahunan, khususnya bidang PKBL.

- 2) Melakukan inkasso kepada Mitra Binaan.
- 3) Memimpin *entry* data pembayaran pinjaman Mitra Binaan.
- 4) Memimpin pelaksanaan kegiatan pameran dan Diklat Mitra Binaan.
- 5) Mengkoordinir pelaksanaan kegiatan dan pengadaan barang serta jasa untuk bidang PKBL.
- 6) Melakukan penelitian terhadap bawahan Sumber Daya Manusia (SDM).

9. Kepala Unit Operasional

Kegiatan rutin atau harian antara lain:

- 1) Memimpin dan mengkoordinir pelaksanaan kegiatan *survey* dan penyelesaian klaim atau pembayaran santunan UU No. 33 dan UU No. 34 Tahun 1964 termasuk hak regres di kantor cabang yang bersangkutan.
- 2) Memonitoring pegawai dan membina bawahan.
- 3) Mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya khususnya bidang perasuransian.
- 4) Memberikan pendapat hukum dan melakukan kajian hukum atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.
- 5) Melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang dihadapi perusahaan.
- 6) Mengadministrasi dokumen hukum yang meliputi perjanjian, peraturan intern dan ekstern yang berkaitan dengan bidang usaha perusahaan.

Kegiatan berkala antara lain:

- 1) Memastikan terselenggaranya penanganan penyelesaian santunan UU No. 33 dan UU No. 34 Tahun 1964 di kantor cabang.

- 2) Memastikan terselenggaranya penanganan penyelesaian klaim di kantor cabang.
- 3) Memberikan petunjuk dan pengarahan kepada perwakilan-perwakilan dalam rangka penyelesaian dan administrasi klaim.
- 4) Melakukan penilaian terhadap bawahan Sumber Daya Manusia (SDM).
- 5) Membuat perencanaan kerja tahunan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP).
- 6) Mengajukan persekot biaya *survey* dan pemberkasan serta mempertanggung jawabkan.
- 7) Mendampingi dan menyediakan data-data untuk kepentingan auditor internal maupun eksternal.
- 8) Mengkoordinir pengamanan lebaran, natal dan tahun baru.
- 9) Membuat perencanaan kerja bulanan.
- 10) Melakukan koordinasi dengan seluruh unit.
- 11) Menyusun jadwal kegiatan penyuluhan di cabang.
- 12) Membuat laporan kegiatan bidang hukum.

10. PA Pelayanan Operasional

- 1) Menerima dan meneliti berkas klaim dari klaimant dan petugas samsat.
- 2) Melaksanakan *entry* data, menyelesaikan berkas dan mengirim berkas keluar daerah.
- 3) Melakukan *survey* dan surat menyurat bidang klaim.
- 4) Mengarsip berkas-berkas klaim.
- 5) Menerima pembayaran Iuran Wajib (IW) dari Perusahaan Otobitas (PO).

- 6) Membuat Laporan Harian Penerimaan (LHP) Iuran Wajib (IW) dan menyetorkan ke kas perusahaan.
 - 7) Melaksanakan pengaihan ke Perusahaan Otobitas (PO-PO).
 - 8) Membuat laporan penerimaan dan tunggukan setiap bulan.
9. PA Samsat Unit Operasional
- Kegiatan rutin atau harian antara lain: Melakukan pengutipan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) dan Iuran Wajib (IW) di Samsat. SWDKLLJ antara lain sebagai berikut:
- 1) Mengidentifikasi kendaraan bermotor sesuai penggolongan tarif Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) dengan berkoordinasi dengan kepala bagian Regident Polri sehubungan dengan proses penggolongan kendaraan, keterlambatan pengesahaan dan mutasi antar daerah.
 - 2) Meneliti kebenaran proses pengenaan Sumbangan Wajib (SW), Kartu Dana (KD) dan denda.
 - 3) Memberi paraf pada notice yang sudah diteliti kebenaran penetapan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ).
 - 4) Memberikan stiker kartu dana atau sertifikat pada saat pelunasan SWDKLLJ kepada pemilik kendaraan bermotor.

1.2. Data Khusus

3.2.1. Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, maka perusahaan perlu langkah-langkah untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh para pelanggan (klaim). Dengan demikian PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta melakukan pelayanan secara *offline (face to face)* dan pelayanan berbasis *online* untuk memudahkan pelanggan (klaim) dalam mengurus pemecahan masalah kecelakaan lalu lintas. Strategi yang digunakan PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta untuk mendukung tujuan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dengan cara sosialisasi secara langsung

Sosialisasi secara langsung dalam hal ini menyampaikan informasi maupun kegiatan perusahaan secara langsung kepada masyarakat. PT Jasa Raharja menyampaikan informasi maupun aktivitas dalam sebuah acara yang biasanya diselenggarakan oleh berbagai organisasi tertentu seperti: Kepolisian, organisasi masyarakat dan lain-lain. Sosialisasi ini dilakukan agar masyarakat secara luas mengetahui mengenai PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam menjalankan tugas atau aktivitas perusahaan. Sosialisasi melalui: Undangan, acara dan lain-lain.

Sosialisasi ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua (2) arah sehingga masyarakat akan benar-benar mengerti isi informasi yang disampaikan oleh PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta. Selanjutnya, tujuan dari sosialisasi tersebut dapat tercapai sehingga dapat membantu memberikan pengetahuan kepada masyarakat, mencegah terjadinya kesalahan informasi serta tercapainya integrasi dalam masyarakat.

2. Dengan cara sosialisasi secara tidak langsung

Sosialisasi secara tidak langsung dalam hal ini dengan cara mempublikasikan informasi maupun kegiatan perusahaan, namun tidak berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat. Sosialisasi ini dilakukan agar dapat memudahkan masyarakat secara luas untuk mengetahui apabila terjadi kecelakaan lalu lintas ada syarat-syarat pengajuan dan dokumen-dokumen yang harus diserahkan.

Semua kegiatan atau aktivitas perusahaan akan di *update* di media sosial antara lain: Instagram yang dapat dilihat pada Gambar 3.2. Adapun kegiatan atau aktivitas di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta mempublikasikan kegiatannya melalui instagram. Di instagram tersebut semua kegiatan atau informasi Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta akan dibaca dan dimengerti oleh masyarakat karena instagram merupakan media sosial yang sangat banyak digunakan dan digemari oleh masyarakat, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.



Sumber: Instagram

Gambar 3.2 Media Sosial (Instagram)

Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

3. Dimensi kualitas pelayanan

1) Bukti Fisik (*Tangible*)

Suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pelanggan atau pihak eksternal. Bukti nyata dan pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa adalah penampilan, kemampuan, sarana atau prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta sebagai perusahaan penyedia jasa dalam melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan mempunyai sarana dan prasana yang cukup memadai untuk melakukan aktivitas maupun kegiatan perusahaan baik di luar lingkungan maupun di dalam seperti: tempat parkir mobil maupun motor untuk karyawan, tempat parkir motor maupun mobil klaim tertata secara rapi serta ruang tunggu pelayanan bersih dan rapi (lampiran 13, 14, 15 dan 16).

2) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal tersebut dapat meliputi ketepatan melayani, tidak ceroboh dan akurat.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan kepada klaim secara akurat mengenai penyelesaian masalah yang dialami oleh klaim, teliti dalam mengurus berkas-berkas santunan klaim baik yang mendapatkan santunan maupun tidak mendapatkan santunan dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

3) Daya Tanggap (*Responsiviness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan menyampaikan atau memberikan informasi secara jelas dan memberikan pelayanan prima sesuai dengan harapan dan keinginan klaim pada saat mengajukan masalah yang dihadapi terutama masalah kecelakaan lalu lintas jalan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara mengatasi masalah yang dihadapi oleh klaim dengan memberikan jaminan dana untuk klaim yang mengalami kecelakaan lalu lintas jalan yang telah diatur dalam UU No. 33 dan UU No. 34 Tahun 1964.

5) Empati (*Empathy*)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam melakukan pelayanan baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki empati yang sangat tinggi, misalnya: telah terjadi kecelakaan yang dialami oleh klaim, maka ada karyawan perusahaan yang akan segera menangani kecelakaan tersebut dengan mendatangi rumah sakit klaim serta

mendatangi rumah jika (klaim meninggal) pada saat kecelakaan untuk ikut serta ucapan bela sungkawa dan menyerahkan santunan secara langsung ke ahli waris klaim tersebut.

3.2.2. Aplikasi *Online* dan *Offline (face to face)* untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

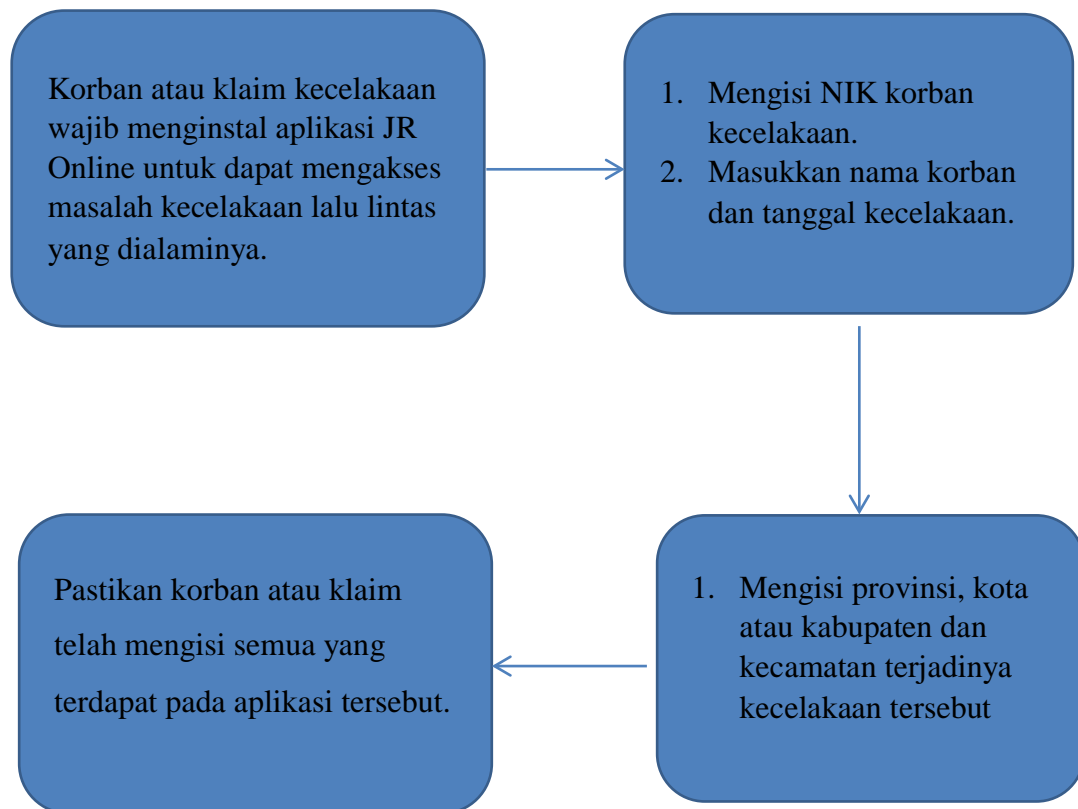
1. Pelayanan *online*

Layanan Elektronik (*E-Service*) merupakan gabungan antara pelayanan dan elektronik. *E-Service* adalah langkah yang tepat untuk mengatasi kesulitan dari pelayanan tradisional yang kendalanya sering ada diterbatasnya fasilitas dari perusahaan penyedia jasa maupun produk. Dari sisi ke efisien waktu, (*E-Service*) bisa diakses lebih fleksibel bagi pelanggan dimanapun dan waktu respon dari perusahaan yang tergolong cepat, walaupun hingga saat ini baru sedikit yang melakukan *e-service* secara *real time*.

Pelayanan *online* merupakan pelayanan yang diberikan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan perusahaan penyedia jasa secara elektronik sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan kepada perusahaan penyedia jasa.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta sebagai perusahaan penyedia jasa memberikan pelayanan secara *online* melalui aplikasi yang dapat diinstal di Google *Play Store*. Aplikasi tersebut diberi nama *JR Online* (Pengajuan Santunan *Online* Jasa Raharja). Di dalam aplikasi tersebut terdapat beberapa langkah-langkah untuk memudahkan pelanggan (klaim) dalam melakukan pemecahan

masalah melalui aplikasi tersebut dapat dilihat pada alur yang dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Alur Pengajuan Santunan melalui Aplikasi *Online*

Jadi, alur tersebut menjelaskan bahwa klaim yang ingin mengajukan santunan kecelakaan lalu lintas jalan baik darat, udara maupun laut dapat mengaksesnya melalui aplikasi perusahaan yaitu *JR Online*. Klaim harus melengkapi formulir yang telah di sediakan dan melengkapi data diri klaim sesuai yang terdapat pada aplikasi tersebut, pastikan dokumen dan bukti-bukti untuk klaim sah dan lengkap dan kemudian kirimkan dokumen tersebut akan segera diproses.

Langkah pertama yang harus dituju dalam melakukan pengajuan santunan secara *online* antara lain membuka aplikasi *JR Online* yang dapat dilihat pada Gambar 3.4. Dilangkah tersebut untuk mengakses pengajuan santunan maka pelanggan (klaim) wajib menginstal aplikasi *online* Jasa Raharja di *Google Play Store*. Agar dapat mempermudah pelanggan (klaim) dalam masalah yang dialami yaitu kecelakaan lalu lintas jalan.



Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jawatasystem.jronline>

Gambar 3.4 Pembuka Pengajuan Santunan *Online* PT Jasa Raharja

Langkah kedua pelanggan (klaim) wajib mengisi formulir data yang telah disediakan untuk korban kecelakaan lalu lintas jalan, pelanggan (klaim) yang mengajukan santunan harus sesuai dengan nama korban kecelakaan yang dapat dilihat pada Gambar 3.5. Di dalam langkah tersebut pelanggan wajib mengisi NIK korban kecelakaan, nama korban kecelakaan dan tanggal kecelakaan. Pelanggan (klaim) wajib mengisi semua data korban seperti yang telah tertera di aplikasi tersebut.



The image shows a mobile application interface for 'JR ONLINE' by PT Jasa Raharja. The header includes the company logo and name. The main title is 'PENGAJUAN SANTUNAN ONLINE KORBAN KECELAKAAN LALU LINTAS'. A progress indicator shows three steps, with Step 1 being the active step. The form contains three required fields: 'NIK Korban Kecelakaan', 'Nama Korban Kecelakaan', and 'Tanggal Kecelakaan'. A 'KELUAR' button is located at the bottom.

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jawatasystem.jronline>

Gambar 3.5 Formulir Pengajuan Santunan *Online* PT Jasa Raharja

Pada langkah ketiga ini, pelanggan (klaim) melanjutkan untuk mengisi formulir pada kolom yang telah disediakan yang dapat dilihat pada Gambar 3.6. Pelanggan (klaim) wajib mengisi formulir data korban antara lain menuliskan lokasi kecelakaan seperti provinsi kecelakaan, kota atau kabupaten kecelakaan dan kecamatan kecelakaan. Pelanggan (klaim) harus detail dalam mengisi formulir tersebut.

JR ONLINE

Nama Korban Kecelakaan *
Andi

Tanggal Kecelakaan *
13/12/2017

LOKASI KECELAKAAN

Provinsi *
DKI JAKARTA

Kota/Kabupaten *
KOTA JAKARTA SELATAN

Kecamatan *
PASAR MINGGU

Detail Lokasi Kecelakaan*
Perempatan lampu merah terminal pasar minggu

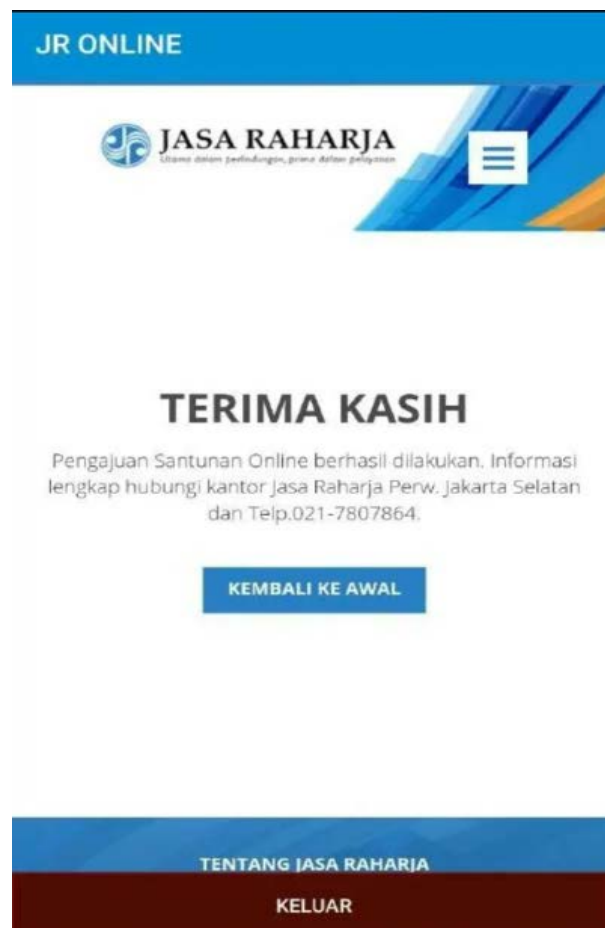
SELANJUTNYA

KELUAR

Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jawatasystem.jronline>

Gambar 3.6 Formulir Pengajuan Santunan *Online* PT Jasa Raharja

Pada langkah terakhir, pelanggan (klaim) dipastikan sudah menuliskan isi formulir sesuai data korban kecelakaan dan dipastikan untuk mengisi semua data korban sesuai formulir yang telah disediakan yang dapat dilihat pada Gambar 3.7, lalu pelanggan (klaim) dapat mengirimkan masalah kecelakaan lalu lintas yang dialami baik saudara maupun orang lain agar segera diurus dan dicairkan dana yang dibutuhkan korban sesuai peraturan UU No. 33 Tahun 1964 dan UU No. 34 Tahun 1964.



Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jawatasystem.jronline>

Gambar 3.7 Penutup Pengajuan Santunan *Online* PT Jasa Raharja

Dengan adanya aplikasi *online* ini memudahkan pelanggan untuk beraktivitas langsung ke perusahaan penyedia jasa tanpa melalui perantara. Selain itu, PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta juga memberikan pelayanan secara *offline (face ot face)*.

2. Pelayanan *offline (face to face)*

Pelayanan *offline (face to face)* merupakan pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara sesama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran-saluran langsung ke konsumen untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa melalui perantara.

PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta juga memberikan pelayanan secara langsung kepada pelanggan di bidang asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program asuransi sosial dan asuransi wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat. Sehingga perusahaan penyedia jasa mampu memberikan pelayanan secara prima dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Terjadi kecelakaan lalu lintas.
- 2) Pelanggan menyerahkan berkas-berkas seperti: laporan kecelakaan dari polisi lalu lintas.
- 3) Surat keterangan dari Rumah Sakit (lampiran 9, 10, 11 dan 12) .
- 4) Hubungi Jasa Raharja untuk mendapatkan informasi awal cara memperoleh santunan.

- 5) Membawa dokumen dasar dan dokumen pendukung (Lampiran 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8).
- 6) Dokumen diserahkan kepada Jasa Raharja

3.2.3. Kendala PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan

1. Kendala pelayanan *online*

Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat beberapa masyarakat yang enggan untuk menambah wawasan sehingga terdapat beberapa masyarakat yang belum mengerti mengenai Jasa Raharja.
- 2) Informasi mengenai aplikasi *online* Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta belum tersebar secara luas.
- 3) Sinyal susah diberbagai daerah tertentu, misalnya: pedesaan yang sangat jauh dari perkotaan.

2. Kendala pelayanan *offline (face to face)*

Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut:

- 1) Pelanggan (klaim) tidak mau mengurus kasus kecelakaan tersebut sehingga terdapat beberapa masyarakat yang melebihi waktu (jatuh tempo) yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan perusahaan.

- 2) Pelanggan (klaim) susah untuk diberitahu mengenai informasi karena pada dasarnya setiap individu satu dengan individu yang lain mempunyai kemampuan menangkap informasi yang berbeda misalnya: orang yang sudah berusia lanjut terkadang kemampuannya menurun sehingga lambat dalam memahami atau menangkap informasi.
- 3) Pelanggan (klaim) lebih percaya kepada orang lain seperti: tetangga dan saudara.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta sebagai berikut:

- 1) Dengan cara sosialisasi secara langsung.
- 2) Dengan cara sosialisasi secara tidak langsung.
- 3) Dimensi kualitas pelayanan antara lain: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiviness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

2. Aplikasi *Online* dan *Offline (face to face)* untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta

- 1) Aplikasi atau Pelayanan *Online*

Pelayanan yang diberikan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan perusahaan penyedia jasa secara elektronik sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan kepada perusahaan penyedia jasa.

- 2) Aplikasi atau Pelayanan *Offline (face to face)*

Pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara sesama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran-saluran langsung ke

konsumen untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa melalui perantara.

3. Kendala PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Jasa Raharja

1) Kendala Pelayanan *Online* antara lain sebagai berikut:

- 1) Terdapat beberapa masyarakat yang enggan untuk menambah wawasan sehingga terdapat beberapa masyarakat yang belum mengetahui mengenai Jasa Raharja.
- 2) Informasi mengenai aplikasi *online* Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta belum tersebar secara luas.
- 3) Sinyal susah diberbagai daerah tertentu, misalnya: pedesaan yang sangat jauh dari perkotaan.

2) Kendala pelayanan *offline (face to face)* antara lain sebagai berikut:

- 1) Pelanggan (klaim) tidak mau mengurus kasus kecelakaan tersebut sehingga terdapat beberapa masyarakat yang melebihi waktu (jatuh tempo) yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan perusahaan.
- 2) Pelanggan (klaim) susah untuk diberitahu mengenai informasi karena pada dasarnya setiap individu satu dengan individu yang lain mempunyai kemampuan menangkap informasi yang berbeda misalnya: orang yang sudah berusia lanjut terkadang kemampuannya menurun sehingga lambat dalam memahami atau menangkap informasi.
- 3) Pelanggan (klaim) lebih percaya kepada orang lain seperti: tetangga dan saudara.

4.2 Saran

1. Saran yang diberikan untuk PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Untuk PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta perlu meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat mengenai Jasa Raharja dan mengenai aplikasi *online* yang dapat diinstal di google play store untuk mempermudah masyarakat dalam menangani masalah kecelakaan lalu lintas jalan.

2. Saran untuk masyarakat umum adalah sebagai berikut:

- 1) Masyarakat harus lebih aktif dalam mencari informasi terkait dengan pengajuan santunan di PT Jasa Raharja Kantor Cabang Yogyakarta.
- 2) Sebaiknya masyarakat dalam mengajukan permasalahan kecelakaan lalu lintas sesuai dengan prosedur yang berlaku, sehingga jika semua prosedur tersebut diikuti dengan baik maka dalam proses pengajuan santunan akan lebih cepat.