

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH ASURANSI SYARI'AH  
(STUDI KASUS DI PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA SEMARANG)**

***SKRIPSI***

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
dalam Ilmu Syari'ah



*Oleh:*

**YULIA SULISTYA UKININGTYAS**  
**NIM: 2103006**

**FAKULTAS SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2008**

## PENGESAHAN

Skripsi Saudara : **Yulia Sulististya Ukininigtyas**  
NIM : **2103006**  
Jurusan : **Muamalah**  
Judul : **Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang)**

Telah dimunaqasyahkan pada Dewan Penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal:

**11 Juni 2008**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) tahun akademik 2007/2008.

Ketua Sidang,

Semarang,  
Sekretaris Sidang,

**Drs. H. A. Noer Ali**  
NIP. 150 177 474

**H. Ahmad Izzudin, M. Ag.**  
NIP. 150 290 930

Penguji I,

Penguji II,

**Dra. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.**  
NIP. 150 231 628

**Drs. Wahab Zaenuri, M.M**  
NIP. 150 299 492

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Prof. Dr. H. Muslich Shobir, M.A.**  
NIP. 050 028 292

**Ahmad Izzudin, M.Ag.**  
NIP. 150 290 930

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri. Yulia Sulistya Ukiningtyas

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudari:

Nama : **Yulia Sulistya Ukiningtyas**  
NIM : **2103006**  
Jurusan : **Muamalah**  
Judul Skripsi : **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH ASURANSI SYARI’AH (STUDI KASUS DI PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA SEMARANG).”**

Dengan ini saya mohon kiranya naskah skripsi tersebut dapat segera diujikan.

Demikian harap menjadikan maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 29 Pebruari 2008

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dra. Ma’rifatul Fadhilah, M.Ed.**  
**M.M**  
NIP. 150 240 104

**Rahman El Junusi, SE,**  
NIP. 150 301 637

## MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”*  
(Q.S. Al- Maidah: 2)

## *PERSEMBAHAN*

Dalam perjuangan mencari ridha Allah SWT yang tiada batas tingginya, semua isinya menerangi dunia beserta seisinya dan menggerakkan semua isinya serta dengan penuh kebahagiaan ku persembahkan karya tulis “skripsi” untuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keridhaan-Nya, untuk ku persembahkan bagi mereka yang tetap berada dalam ruang dan waktu kehidupan ku, khususnya aku persembahkan untuk :

- ❑ Bapak dan Ibu tercinta yang telah menuntun dan mengenalkan ku pada sebuah kehidupan dengan cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, do’a dan ridha mu adalah nafas adalah nafas bagi kehidupan ku dalam berkelana.
- ❑ Adik-adik ku tersayang Rizal dan Nurma, dan kakak M. Arfan tercinta, kalian adalah motivasi ku.
- ❑ Keluarga besar Demak yang selalu memberikan dorongan dan semangatnya, dalam penulisan skripsi ini.
- ❑ Sahabat-sahabat ku Iin, Nailis, Tari, Rina, Purwanti, K’ela, mba Haroh, mba’ Fatir dan teman-teman seperjuangan 2003 paket MU A bersama mereka kami jalani hidup dalam suka maupun duka.
- ❑ Teman-teman yang ada di rental “arumbia” terimakasih semangat dan bantuannya hingga skripsi ini bisa tersusun.

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau yang diterbitkannya. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan atau dikutip secara langsung dari sumbernya.

Semarang, 29 Februari 2008

Deklarator,

**Yulia Sulistya Ukiningtyas**  
NIM. 2103006

## ABSTRAK

PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang sebagai salah satu cabang perusahaan yang didirikan oleh PT. Asuransi Takaful Indonesia. Perkembangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat dilihat pada bertambahnya nasabah setiap tahunnya rata-rata naik sebesar 53,4%. Perkembangan tersebut salah satunya adalah dikarenakan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu tujuan penelitian adalah (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang (2) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Metodologi Penelitian yang digunakan adalah: pertama, populasi dalam penelitian ini adalah 5000 nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Sedangkan yang dijadikan unit analisis adalah 100 responden. kedua, teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling. Ketiga pengambilan data dengan wawancara, survei angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam skripsi ini adalah deskriptif kuantitatif dan analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator, yaitu: *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *surance* (keyakinan), *emphaty* (kepedulian) dan tangibles (berwujud) bahwa rata-rata responden menyatakan setuju (baik) mengenai kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Dengan demikian Indeks Kualitas Pelayanan (IKP) pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 71,76. Hal ini menunjukkan dalam kategori baik. Namun demikian kualitas pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan skala prioritas, terutama pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempunyai nilai IKP terendah terutama pada indikator tangibles; dan penilaian responden terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari 4 (empat) indikator, yaitu: al-adil, manfaat yang diperoleh, terhindar dari riba (halal) serta al-amanah, bahwa rata-rata responden menyatakan setuju atau puas dalam melakukan hubungan dengan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Indeks Kepuasan Nasabah (IKN) dalam melakukan hubungan dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 69,15. Hal ini menunjukkan dalam kategori puas, namun nilai IKN mendekati nilai kritis, maksudnya nilai IKN mendekati batas atas nilai interval IKN dengan kategori cukup puas yaitu antara 69,00 s/d 84,00. Untuk itu diperlukan suatu skala prioritas untuk peningkatan kepuasan nasabah, terutama pada indikator-indikator kepuasan nasabah yang mempunyai nilai IKN terendah, terutama pada indikator terhindar dari riba (halal) dan al-amanah.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $t$  sebesar  $0,000 < (lebih\ kecil\ dari)\ P_{value}$  sebesar 0,05. Hal ini berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen penelitian secara signifikan, atau kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
.....	
<b>i</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	
.....	
<b>ii</b>	
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>	
.....	
<b>iii</b>	
<b>HALAMAN DEKLARASI .....</b>	
.....	
<b>iv</b>	
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	
.....	
<b>v</b>	
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	
.....	
<b>vi</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	
.....	
<b>vii</b>	
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR .....</b>	
.....	
<b>viii</b>	
<b>HALAMAN DAFTAR ISI .....</b>	
.....	
<b>x</b>	



**BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....  
.....  
1

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah .....  
.....  
5

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....  
.....  
5

D. Telaah Pustaka .....  
.....  
6

E. Metode Penelitian .....  
.....  
7

F. Sistematika Penulisan Skripsi .....  
.....  
14

**BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Asuransi Syari'ah .....  
16

B. Dasar Hukum Asuransi .....  
19

C. Pengertian Pelayanan .....  
24

D. Pengertian Kepuasan .....  
30

E. Hipotesis .....  
36

F. Kerangka Berfikir .....	36
G. Mengukur Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.....	37

**BAB III : GAMBARAN UMUM PT ASURANSI TAKAFUL  
KELUARGA SEMARANG**

A. Profil PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang .....	38
B. Struktur Organisasi PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.....	41
C. Jenis-jenis Produk PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang .....	42
D. Perkembangan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang ..	46
E. Gambaran Umum Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.....	47

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
---	----

B. Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang .....  
.....  
54

C. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang .....  
.....  
64

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....  
.....  
70

B. Saran-Saran .....  
.....  
72

C. Penutup .....  
.....  
72

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di tengah perkembangan asuransi konvensional yang terus berkembang, perbankan syari'ah di Indonesia mulai berkembang tidak hanya dalam bentuk bank mu'amalah saja tapi juga lembaga-lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syari'ah. Salah satunya adalah asuransi syari'ah yang didirikan pada 27 Juli 1993 yang diprakarsai oleh Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa bersama dengan Bank Mu'amalah Indonesia (BMI) dan Perusahaan Asuransi Tugu Mandiri. Dengan menyusun tim pembentuk asuransi takaful Indonesia (TEPATI), berdirilah PT. Syarikat Takaful Indonesia sebagai *holding company* dan dua anak perusahaan PT. Asuransi Takaful Keluarga (asuransi jiwa) dan PT. Asuransi Takaful Umum (asuransi takaful kerugian).<sup>1</sup> Dari situlah asuransi syari'ah terus berkembang dan bersaing dengan asuransi konvensional.

Pada prinsipnya, baik asuransi konvensional maupun asuransi syari'ah merupakan lembaga atau jasa keuangan yang bergerak dalam bidang penghimpunan dan penyaluran dana. Asuransi tersebut memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah; Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003, hlm. 114

kemungkinan timbulnya kerugian atau musibah suatu peristiwa yang tidak pasti datangnya.

Adapun yang menjadi perbedaan pokok asuransi *takaful* dengan asuransi konvensional lainnya adalah para peserta saling bertanggung jawab diantara mereka sendiri.<sup>2</sup> Asuransi syari'ah atau takaful sebagai asuransi yang bertumpu pada konsep tolong-menolong dalam kebajikan dan ketaqwaan (*wata'aawanu 'alal birri wat taqwa*) dan perlindungan (*at-ta'min*), menjadikan semua peserta sebagai keluarga besar yang saling menanggung satu sama lain. Sistem ini dengan meniadakan tiga unsur yaitu *gharar* (ketidakjelasan), *Maysir* (judi/untung-untungan), dan Riba (bunga).<sup>3</sup> Sesuai dengan firman Allah swt di dalam Al-Qur'an surat Al-Muthafifin ayat 1-3, Al-Baqarah ayat 278, dan Al-Maidah ayat 90 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya : “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta di penuh dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”. (Al-Muthafifin/83: 1-3)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

Artinya: “hai orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang beriman”. (Al-Baqarah/2: 278)

<sup>2</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2002, hlm. 82

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm. 85

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ  
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (minum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.(Al-Maidah/5: 90)<sup>4</sup>

Keberadaan asuransi syari’ah selain karena tuntutan pasar juga karena kebutuhan suatu produk yang komitmen terhadap prinsip-prinsip syari’ah terutama kemaslahatan ummat dan rahmat bagi alam. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain karena orientasi bisnis, asuransi syari’ah juga berorientasi pada syi’ar Islam. Hal inilah yang menjadikan asuransi syari’ah dituntut lebih efektif dan inovatif terhadap berbagai perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.

PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang sebagai salah satu cabang perusahaan yang didirikan oleh PT. Asuransi Takaful Indonesia yang bergerak dalam bidang asuransi, memahami benar akan pentingnya pelayanan terbaik kepada nasabah. Karena satu-satunya alasan keberadaan asuransi adalah adanya nasabah, upaya ke arah tersebut tengah dan terus dilakukan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang agar para nasabah mendapatkan pelayanan administrasi yang cepat dan tepat serta dukungan dari tenaga-tenaga profesional dan seluruh bagian yang memahami benar masalah-masalah perlindungan keuangan, pelayanan peserta, serta memiliki dedikasi penuh

---

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Semarang: PT. Toha Putera

terhadap tugas-tugas yang harus dilakukan. Perkembangan jumlah nasabah pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat dijelaskan pada tabel 1

Tabel 1  
Perkembangan jumlah nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

Tahun	Jumlah nasabah	Prosentase (%)
2000	205	
2001	276	34,6
2002	402	45,6
2003	665	65,4
2004	1.164	75,0
2005	1.921	65,0
2006	2.594	35,0

Sumber: Arsip PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

Pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa terjadi kenaikan jumlah nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang rata-rata sebesar 53,4% pertahun. Hal ini berhubungan erat dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas, dan penulis membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul: “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Syari’ah (Studi Kasus di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang).”

## **B. Pembatasan dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang akan saya bahas adalah sejauh mana pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka Tujuan penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Adapun manfaatnya yaitu:

1. Bagi penulis sendiri bermanfaat sebagai penambah wawasan, menerapkan dan mengembangkan seluruh teori ilmu yang telah diperoleh semasa perkuliahan dan mendapatkan pengalaman pengetahuan dan ketrampilan yang aplikasi di bidang manajemen pemasaran khususnya pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.
2. Bagi pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.



3. Bagi pihak lain, merupakan sumber referensi dan saran pemikiran bagi kalangan akademisi dan praktisi di dalam menunjang penelitian selanjutnya yang akan bermanfaat sebagai bahan perbandingan bagi peneliti yang lain.

#### **D. Telaah Pustaka**

Telaah yang peneliti gunakan adalah berasal dari skripsi-skripsi yang membahas atau yang ada kaitannya dengan pokok permasalahan yang peneliti kemukakan, di antaranya:

Skripsi yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Asuransi Jiwa (Analisis Asuransi Kecelakaan Diri di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang)*," karya Istikomah (2003), membahas tentang pelaksanaan asuransi jiwa. Dimana asuransi takaful keluarga berkewajiban memberikan perlindungan terhadap kerugian *financial* dan santunan akibat kecelakaan yang mengakibatkan meninggal atau menderita cacat badan.

Hamim Naf'an (2004) judul skripsi *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pembayaran Klaim Asuransi Kendaraan Bermotor (Studi Kasus di PT. Asuransi Takaful Keluarga Umum Cabang Semarang)*. Skripsi ini membahas tentang pelaksanaan pembayaran klaim asuransi kendaraan bermotor yang disebabkan karena akibat mengalami kecelakaan yang parah. Disini takaful akan mengganti kerugian yang disebabkan oleh hal-hal diatas sesuai dengan kesepakatan bersama.

Istamaroh (2006), skripsi *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Asuransi Pengangkutan Uang (cash in transit insurance) (studi kasus di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang)*, membahas tentang pelaksanaan asuransi pengangkutan uang setelah sesuai antara peraturan-peraturan yang ada dengan prakteknya di lapangan.

Oleh karena itu, *setidaknya* sampai penelitian ini dirancang, belum ada penelitian tentang Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Asuransi Syari'ah (Studi kasus di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang), sehingga penelitian ini menjadi signifikan untuk dilakukan.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

- a. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner ke nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang untuk memperoleh data primer. Sedangkan penelitian kepustakaan dengan cara membaca buku-buku majalah, karya ilmiah, makalah dan yang lainnya, terutama yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas serta dihimpun dari berbagai tempat mulai dari perpustakaan hingga situs internet.
- b. Penelitian ini mencari pengaruh pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang terhadap kepuasan nasabah.

## 2. Data (sumber dan teknik pengumpulan)

### a. Sumber data primer

Data primer diperoleh langsung dari nasabah berupa jawab terhadap pertanyaan kepada nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

### b. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, data sekunder tersebut berupa dokumen. Dimana metode ini di gunakan untuk mendapatkan data-data berupa data tertulis seperti buku, majalah, surat kabar, jurnal, makalah, laporan penelitian, dokumen dan lain sebagainya.<sup>5</sup>

## 3. Teknik pengumpulan data.

### a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Wawancara dilakukan dengan pihak yang dianggap kompeten dengan permasalahan yang dibahas.<sup>6</sup>

### b. Survei angket

Angket atau *questionnaire* adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat

---

<sup>5</sup> M. Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, Cet. II, 2006, hlm. 122

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, hlm. 132

juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Responden ditentukan berdasarkan teknik sampling.<sup>7</sup>

Adapun sifat pertanyaan adalah pertanyaan tertutup yang telah disediakan pilihan jawabnya, dan akan dibagikan kepada 100 (seratus) orang nasabah untuk diisi. Dari survei ini diperoleh persepsi nasabah terhadap kinerja serta pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mempelajari data-data dari catatan, transkrip, berkas, surat, majalah, surat kabar, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>8</sup> Studi dokumen dilakukan untuk memperoleh data dari kantor PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang maupun data-data lain yang ada di nasabah.

#### 4. Populasi dan sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>9</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*.<sup>10</sup> Penentuan jumlah

---

<sup>7</sup> S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996, hlm. 128

<sup>8</sup> *Op. Cit.*, Suharsini Arikunto, hlm. 206

<sup>9</sup> *Op. Cit.*, Burhan Bugin, hlm. 99

<sup>10</sup> *Convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan anggota populasi yang mudah diakses untuk memperoleh jawaban/informasi. Lihat Drs. Wahab Zaenury, MM., Rahman el-Yunusi, dan Drs. A. Gunaryo, M.soc., *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan pada Bank Syari'ah (Studi pada Bank Muamalah Cabang Semarang)*, Semarang: Pusat Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2002, hlm.22

sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:<sup>11</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

n = jumlah sampel

N = populasi

Moe = *margin of error max*, merupakan tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi.

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata jumlah nasabah yang mengadakan transaksi dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang 5.000 orang. Jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka didapat sampel sejumlah:

$$n = \frac{5.000}{1 + 5.000(10\%)^2}$$

$$n = \frac{5.000}{50.01}$$

$$n = 99.98$$

Yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

##### 5. Variabel-variabel penelitian

Variabel, konsep, indikator dan skala pengukuran dapat dijelaskan pada tabel 2 sebagai berikut:

---

<sup>11</sup>*Ibid.*, Rahman el-Yunusi hlm. 22-23

Tabel 2  
Variabel-variabel penelitian

Variabel	Konsep	Indikator/dimensi	Skala
Kepuasan	Sebagai pengalaman sejati atau evaluasi atas keseluruhan kesan atas pengalaman menggunakan produk atau jasa yang mencakup tahap sampai proses	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adil</li> <li>- Manfaat yang diperoleh</li> <li>- Terbebas dari riba</li> <li>- Al-amanah</li> </ul>	Skala yang digunakan adalah skala likert 1–5, dengan 4 item pertanyaan untuk mengukur kepuasan.
Pelayanan	Memberikan pelayanan yang terbaik untuk para nasabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reability (kehandalan)</li> <li>- Responsiveness (ketanggapan)</li> <li>- Assurance (keyakinan)</li> <li>- Emphaty (kepedulian)</li> <li>- Tangibles (bukti nyata)<sup>12</sup></li> </ul>	Skala yang digunakan adalah skala likert 1–5, dengan 5 item pertanyaan untuk mengukur pelayanan.

Sumber : (Bilson Simamora: 2003) dan dikembangkan untuk skripsi

## 6. Teknik Analisis Data

Metode untuk menganalisis data dalam penelitian ini, sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dikemukakan .

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang digunakan Indek Kualitas Pelayanan (IKP). Nilai

---

<sup>12</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003. hlm. 186-187

IKP dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata tertimbang masing-masing indikator dari kualitas pelayanan. Dalam perhitungan IKP memiliki 5 (lima) indikator kualitas pelayanan penimbang yang sama dengan rumus :

$$\text{bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{jumlah bobot}}{\text{jumlah indikator}} = \frac{1}{5} = 0,2$$

Nilai IKP diperoleh dengan menggunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus :

$$IKP = \frac{\text{total dari nilai persepsi per-indikator}}{\text{total indikator yang terisi}} \times \frac{\text{nilai}}{\text{penimbang}}$$

Dalam memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKP yaitu antara 20-100 maka hasil penilaian tersebut dikonversi dengan nilai dasar 20, dengan rumus sebagai berikut:

$IKP \text{ per indikator kualitas pelayanan} \times 20$
--

- b. Untuk mengetahui kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang digunakan Indeks Kepuasan Nasabah (IKN). Nilai IKN dihitung dengan menggunakan nilai rata-rata tertimbang masing-masing indikator dari kepuasan nasabah. Dalam perhitungan IKN memiliki 9 (sembilan) indikator kepuasan nasabah penimbang yang sama dengan rumus:

$$\text{bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{jumlah bobot}}{\text{jumlah indikator}} = \frac{1}{4} = 0,25$$

Nilai IKN diperoleh dengan menggunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus :

$$IKN = \frac{\text{total dari nilai persepsi per-indikator}}{\text{total indikator yang terisi}} \times \frac{\text{nilai}}{\text{penimbang}}$$

Dalam memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKN yaitu antara 20-100 maka hasil penilaian tersebut dikonversi dengan nilai dasar 20, dengan rumus sebagai berikut:

$$IKN \text{ per indikator kepuasan nasabah} \times 20$$

c. Uji Validitas dan Reliabilitas

Metode pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan :

1. Analisis uji validitas dengan menggunakan Korelasi Person. Teknik untuk menguji validitas instrumen tiap-tiap variabel dilakukan dengan cara mengkorelasikan tiap skor item instrumen dengan total skor dari jumlah item instrumen tersebut. Indikatornya adalah apabila nilai p (probabilitas) korelasi tersebut signifikan, maka instrumen tersebut valid, sebaliknya apabila tidak signifikan maka item instrumen tersebut tidak valid dan harus didrop.
2. Analisis uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisa *Cronbach Alpha*.<sup>13</sup> Untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan dalam suatu variabel reliabel (andal), maka indikatornya adalah apabila nilai  $\alpha \geq 0,6$ .

<sup>13</sup> Rahman El junusi, SE.,MM, *Analisis hubungan individual rank profesionalisme auditor intern hasil kerja lembaga keuangan syari'ah*, Semarang: DIPA IAIN Walisongo, 2007,hlm.56



- d. Analisis regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung (dependent) yang dalam hal ini adalah kepuasan nasabah. Sedang variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas (independent) yaitu pelayanan asuransi takaful, dengan menggunakan rumus:<sup>14</sup>

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

$Y$  = nilai prediksi

$\alpha$  = bilangan konstan

$\beta$  = koefisien regresi

$X$  = variabel independen

$e$  = variabel di luar model

## F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam skripsi ini, Penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima Bab, dimana tiap Bab terbagi lagi menjadi beberapa sub bab kemudian tiap-tiap sub mempunyai beberapa sub. Sub bab sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Bhuono Agung Nugroho, SE, M.Si., Akt., *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta. Andi, 2005, hlm. 44

**BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan latar belakang masalah. Pembahasan dan perumusan masalah. Tujuan dan manfaat penelitian. Metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II: LANDASAN TEORI**

Berisi tentang Pengertian Asuransi syari'ah, Kepuasan, faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, Pelayanan, hipotesis serta kerangka berfikir.

**BAB III: GAMBARAN UMUM PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA SEMARANG**

Dalam Bab ini akan dibahas Sejarah dan Perkembangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, serta produk PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.**

Bab ini berisi uji validitas dan reliabilitas, analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

**Bab V: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran

## BAB II

### TINJAUAN UMUM ASURANSI SYARI'AH

#### A. Pengertian Asuransi Syari'ah

Dalam menerjemahkan istilah asuransi ke dalam konteks asuransi Islam terdapat beberapa istilah, antara lain; *at-ta'min*, *takaful*, *Islamic Insurance*. Istilah-istilah tersebut secara substansial tidak jauh berbeda dan mengandung makna yang sama, yakni pertanggungan (saling menanggung).<sup>1</sup>

Istilah *at-ta'min* diambil dari kata *amana* yang memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.<sup>2</sup> Sebagaimana firman Allah dalam QS. Quraisy: 4.

الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴿٤﴾

Artinya : “Dialah Allah yang mengamankan mereka dari rasa takut”(QS. Quraisy (106):4)

Istilah *At-ta'min* juga memiliki arti seseorang membayar atau menyerahkan uang cicilan agar ia atau ahli warisnya mendapatkan sejumlah uang sebagaimana telah disepakati, atau untuk mendapatkan ganti terhadap hartanya yang hilang.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> H. A. Djazuli, dkk., *Lembaga Perekonomian Umat*, Cet. II Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 121

<sup>2</sup> Muhammad Syakir Sula, AAIJ. FIIS, *Asuransi Syariah*, Jakarta: Gema Insani Press, hlm. 28

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 28

Istilah takaful berasal dari kata *takafala - yatakafalu*, yang secara etimologis berarti menjamin atau saling menanggung. Takaful dalam pengertian muamalah ialah saling memikul resiko di antara sesama sehingga antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang lainnya. Saling pikul resiko ini dilakukan atas dasar saling menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana *tabarru*, dana ibadah, sumbangan, derma yang ditunjukkan untuk menanggung resiko.<sup>4</sup>

Menurut Wahbah az-Zuhaili, yang dikutip oleh Widyaningsih dalam bukunya yang berjudul “Bank dan Asuransi Islam di Indonesia” mendefinisikan asuransi berdasarkan pembagiannya. Ia membagi asuransi dalam dua bentuk, yaitu *at-ta'min at-ta'awuni* dan *at-ta'min bi qist sa'bit*. *At-ta'min at-ta'awuni* atau asuransi tolong menolong adalah “kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang di antara mereka mendapat kemudharatan”, *At-ta'min bi qist sabit* atau asuransi dengan pembagian tetap adalah “akad yang mewajibkan seseorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terdiri atas beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapat kecelakaan, ia diberi ganti rugi.”<sup>5</sup>

Selanjutnya asuransi yang dipahami oleh para ulama adalah sebuah sistem *ta'awun* dan *tadhamun* yang bertujuan untuk menutupi kerugian peristiwa-peristiwa atau musibah-musibah. Tugas ini dibagikan kepada

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 33

<sup>5</sup> Widyaningsih, et. all., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Cet. I, Jakarta: Prenada Media, 2005, hlm. 222

kelompok bertanggung, dengan cara memberikan pengganti kepada orang yang tertimpa musibah. Pengganti tersebut diambil dari kumpulan premi-premi mereka.<sup>6</sup>

Kemudian Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syari'ah, dan mendefinisikan asuransi sebagai:

“Asuransi syari'ah (*ta'min*, *takaful*, atau *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/ pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan *tabarru* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syari'ah.”

Asuransi sebagai suatu cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari resiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam aktifitas hidupnya.<sup>7</sup>

Asuransi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Asuransi di Indonesia sudah lama berlangsung sedangkan kegiatan asuransi yang berdasarkan pada hukum Islam belum lama berkembang di Indonesia. Untuk itu, kegiatan asuransi syari'ah masih mengikuti peraturan UU yang selama ini berlaku. Dewan Syari'ah Nasional MUI sebagai lembaga Islam yang diakui oleh pemerintah untuk memberikan pedoman dalam melaksanakan produk syari'ah, di lembaga-lembaga keuangan syari'ah termasuk asuransi syari'ah.

---

<sup>6</sup> *Ibid.* hlm. 29

<sup>7</sup> *Loc. Cit.*, M. Syakir Sula, hlm. 29

## B. Dasar Hukum Asuransi

Sejak awal asuransi syari'ah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggungjawaban secara syar'i, yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran Islam yaitu al-Qur'an dan sunnah rasul. Menurut M. Syakir Sula *at-ta'min* (التأمين) diambil dari kata *amana* (امن) memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.<sup>8</sup> Menurut M. Hasan Ali landasan yang dipakai oleh sebagian ahli hukum Islam dalam memberi nilai legalisasi dalam praktek bisnis asuransi adalah al-Qur'an dan Sunnah Nabi.<sup>9</sup>

### 1. Al-Qur'an

Apabila dilihat sepintas ke seluruh ayat al-Qur'an, tidak terdapat satu ayat pun yang menyebutkan istilah asuransi seperti yang dikenal sekarang ini.

Walaupun tidak menyebutkan secara tegas, namun terdapat ayat yang menjelaskan tentang konsep asuransi dan yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktek asuransi.<sup>10</sup> Di antara adalah:

#### a. Perintah Allah untuk mempersiapkan hari depan.

Allah SWT dalam al-Qur'an memerintahkan kepada hamba-Nya untuk senantiasa melakukan persiapan untuk menghadapi hari esok.<sup>11</sup> Allah berfirman dalam surat al-Hasyr ayat 18:

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, M. Syakir Sula, hlm. 28

<sup>9</sup> A.M. Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis*, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2004, hlm. 104-105

<sup>10</sup> *Op. Cit.*, Wirnyaningsing, hlm. 236

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا  
تَأْكُلُونَ ﴿47﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا  
قَلِيلًا مِمَّا تُحْصِنُونَ ﴿48﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُعَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ  
يَعْصِرُونَ ﴿49﴾

Artinya: “Yusuf berkata, supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa. Maka, apa yang kamu tuai, hendaklah kamu biarkan di bulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian, akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka memeras anggur.” (QS. Yusuf:47-49)

- b. Perintah Allah untuk saling menolong dan kerja sama.

Allah berfirman dalam Surat al-Maidah ayat 2.<sup>12</sup>

....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ  
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿2﴾

Artinya: “.....dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. (QS. al-Maidah :2)

Ayat ini memuat perintah tolong menolong antara sesama manusia. Dalam bisnis asuransi, nilai ini terlihat dalam praktek kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial.

<sup>11</sup> *Op. Cit.* M. Syakir Sula, hlm. 86

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Kumudasmoro Grafindo, 1994, hlm. 156

- c. Perintah Allah untuk saling melindungi dalam keadaan susah.

Allah SWT sangat *concern* dengan kepentingan keselamatan dan keamanan dari setiap umat-Nya. Karena itu, Allah memerintahkan untuk saling melindungi dalam keadaan susah satu sama lain.<sup>13</sup>

Sebagai mana firman Allah:

الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴿٤﴾

Artinya: “Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan. (QS. Quraisy: 4)

- d. Perintah Allah untuk bertawakkal dan optimis berusaha

Allah berfirman:

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَمَنْ يُؤْمِنْ بِاللَّهِ يَهْدِ اللَّهُ قَلْبَهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “Tidak ada suatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan izin Allah.... “ (QS. at-Taaghlabun:11).

Allah swt telah memberi penegasan dalam ayat diatas bahwa segala musibah atau peristiwa kerugian (peril) yang akan terjadi di masa mendatang tidaklah dapat diketahui kepastiannya oleh manusia.

Akan tetapi, terdapat nilai implisit dari ayat di atas, yaitu dorongan bagi manusia untuk selalu menghindari kerugian dan berusaha meminimalisasikannya sedikit mungkin. Salah satu metodenya adalah dengan memperbanyak do'a kepada Allah SWT

---

<sup>13</sup> *Op. Cit.*, M. Syakir Sula, hlm. 90.



sebagai pengatur kehidupan di alam, agar terhindar dari bencana serta kerugian ekonomi.<sup>14</sup>

## 2. Sunnah Nabi

عَنْ عَامِرِ بْنِ سَعْدِ أَبِي وَقَاصٍ قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ تَرَكْتُ وَلَدَكَ أَغْنِيَاءَ خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَتْرَكَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّمُونَ النَّاسَ (رواه البخاري)

Artinya: “Diriwayatkan dari Amir bin Sa’ad bin Abi Waqasy, telah bersabda Rasulullah saw: “lebih baik jika engkau meninggalkan anak-anak kamu (ahli waris) dalam keadaan kaya raya, dari pada meninggalkan mereka dalam keadaan miskin (kelaparan) yang meminta-minta kepada manusia lainnya.” (H.R Bukhari).

Nabi Muhammad saw sangat memperhatikan kehidupan yang akan terjadi di masa mendatang, yaitu dengan cara mempersiapkan sejak dini bekal yang harus diperlukan untuk kehidupan di masa yang akan datang. Hal ini sejalan dengan pelaksanaan operasional dari asuransi, organisasi asuransi mempraktekkan nilai yang terkandung dalam hadits di atas dengan cara mewajibkan anggotanya untuk membayar uang iuran (premi) yang digunakan sebagai tabungan dan dapat dikembalikan ke ahli warisnya jika pada suatu saat terjadi peristiwa yang merugikan, baik dalam bentuk kematian nasabah atau kecelakaan diri.<sup>15</sup>

Selain itu Rasulullah saw juga memberikan tuntunan kepada manusia agar selalu bersikap waspada terhadap kerugian atau musibah yang akan terjadi, bukannya langsung menyerahkan segalanya (*tawakal*) kepada Allah swt.

---

<sup>14</sup> *Op. Cit.*, AM. Hasan Ali, hlm. 109

<sup>15</sup> *Op. Cit.*, Widyaningsih, hlm. 239

Praktek asuransi adalah bisnis yang bertumpu pada bagaimana cara mengelola resiko itu dapat diminimalisasi pada tingkat yang sedikit (serendah) mungkin. Resiko kerugian tersebut akan terasa ringan jika ditanggung bersama-sama oleh semua anggota (nasabah) asuransi. Sebaliknya, jika resiko kerugian tersebut hanya ditanggung oleh pemiliknya, maka akan terasa berat bagi pemilik resiko tersebut.<sup>16</sup> Dengan merujuk dalil-dalil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa praktek asuransi syari'ah sama sekali tidak bertentangan ajaran agama Islam, bahkan kita dapat memetik beberapa manfaat darinya. Di antaranya:

- a. Tumbuhnya rasa persaudaraan dan rasa sepenanggungan di antara anggota.
- b. Implementasi dari anjuran Rasulullah saw agar umat Islam saling menolong.
- c. Jauh dari bentuk-bentuk muamalah yang dilarang syari'at.
- d. Secara umum dapat memberikan perlindungan-perlindungan dari resiko kerugian yang diderita satu pihak.
- e. Meningkatkan efisiensi, karena tidak perlu secara khusus mengadakan pengamanan yang memakan banyak tenaga, waktu, dan biaya.
- f. Pemerataan biaya, yaitu cukup hanya dengan mengeluarkan biaya yang jumlahnya tertentu, dan tidak perlu mengganti atau membayar sendiri kerugian yang timbul, yang jumlahnya tidak tertentu dan tidak pasti.

---

<sup>16</sup> *Loc.Cit.*, A.M. Hasan Ali, hlm. 119

- g. Sebagai tabungan, karena jumlah yang dibayar pada pihak asuransi akan dikembalikan saat terjadi peristiwa atau berhentinya akad.
- h. Menutup *loss of corning power* seseorang atau badan usaha pada saat ia tidak dapat berfungsi (bekerja).<sup>17</sup>

### C. Pelayanan

Layanan dapat didefinisikan sebagai berikut: “Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.”<sup>18</sup>

Kata layanan memiliki arti yang sama dengan jasa, yaitu manfaat yang bisa ditawarkan seseorang kepada orang lain. Kata layanan sangat tepat di pakai dalam istilah pemasaran, karena dalam pemasaran sangat mementingkan pencapaian kepuasan konsumen. Dengan memakai kata tersebut, perusahaan dalam hal ini asuransi ditempatkan dalam posisi “melayani”, sehingga harus peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam alasan itu, kata layananlah yang dipakai dalam penulisan skripsi ini.

Menurut Fornel dkk., bahwa secara universal kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai korelasi positif yang kuat.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.syariah.online.com>

<sup>18</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 172

<sup>19</sup> Rahman Eljunusi, *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan pada Bank Syari'ah*, Semarang: Pusat Penelitian IAIN Walisongo, 2002, hlm. 11

Menurut Presdir G.E. John F. Welc Jr., “Kualitas adalah jaminan terbaik kesetiaan pelanggan, pertahanan terbaik kami menghadapi para pesaing dari luar, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.”<sup>20</sup>

Parasuraman mendefinisikan kualitas jasa sebagai suatu konsep secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keterandalan dalam *service encounter* yang dilakukan oleh konsumen.<sup>21</sup>

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyekof seperti yang dikutip oleh Bilson Simamora, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>22</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkannya, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya bila pelayanan yang diterima lebih

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, dkk., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (terjemahan Pandy Ciptono, Yogyakarta: Andy and Pearson Education Asia, 1999) Ed.I, hlm. 68.

<sup>21</sup> *Op. Cit.*, Rahman Eljunusi, hlm.12

<sup>22</sup> *Op. Cit.*, Bilson Simamora, hlm. 180.

rendah dari pada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Menurut Parasuraman, Zeith dan Berry seperti dikutip oleh Bilson Simamora, terdapat 5 (lima) faktor utama penentu kualitas pelayanan. Selanjutnya kelima dimensi tersebut dijadikan pedoman untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, yaitu:<sup>23</sup>

1. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan. Sikap yang simpati, dan dengan akurasi yang tinggi.

*Reliability* mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Selain itu juga perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan layanan sesuai dengan jadwal yang disepakati.

2. *Responsiveness* (ketanggapan), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. *Assurance* (keyakinan/jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopansantunan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf;

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, Bilson Simamora, hlm. 180-187

bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*) dan sopan santun (*courtesy*).<sup>24</sup>

4. *Empathy* (Kepedulian) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual antar pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Yang diperlukan untuk menciptakan kenyamanan bagi nasabah, antara lain adalah:<sup>25</sup>

- a. ruangan yang rapi, penerangan yang cukup dan tidak memberikan kesan padat agar mata terasa nyaman,
- b. ruangan yang tidak ramai, tenang, dan lebih baik lagi bila bisa mendengarkan musik yang lembut agar pendengaran nyaman,
- c. ruangan yang bebas asap rokok atau bau-bau lain yang mengganggu agar penciuman nyaman, dan
- d. kebersihan lingkungan kerja sehingga memberi kesan bahwa administrasi dan pelayanan yang diberikan juga rapi dan akurat.

---

<sup>24</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002, hlm. 69-72

<sup>25</sup> Ir. Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 69

5. *Tangible* (berwujud/bukti nyata), atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Perusahaan harus memahami bagaimana pelanggan mempersepsikan kualitas dan sejauh mana tingkat kualitas yang mereka harapkan. Perusahaan harus berusaha menawarkan kualitas yang lebih baik dari pada pesaingnya. Hal ini melibatkan komitmen manajemen dan karyawan secara total disamping sistem penilaian dan imbalan pemasaran memainkan peranan penting dalam usaha perusahaan mencapai kualitas lebih tinggi.<sup>26</sup>

Pelanggan yang semula puas dengan pembeliannya akan melihat upaya anda untuk terus menerus melakukan peningkatan pelayanan pelanggan sebagai sesuatu yang sangat positif. Mereka bahkan mungkin bersedia membantu, sambutlah mereka dengan tangan terbuka. Pelanggan merupakan member informasi utama untuk mendapatkan citra yang baik dalam pandangan mereka. Selain itu, bila anda mengimplementasikan rekomendasi

---

<sup>26</sup> *Op. Cit.*, Philip Kotler, hlm. 77

dan saran mereka, maka mereka akan menganggap bahwa perusahaan sangat menghargai mereka.<sup>27</sup>

Salah satu prinsip muamalah adalah pelayanan. Muamalah Islami sangat memperhatikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Di dalam bisnis, para pengusaha harus dapat dan mampu memberikan *servis* (pelayanan) yang baik jika tidak ingin kehilangan (*customer*). Al-Qur'an telah memerintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut, dan sapaan yang baik dan sopan manakala dia berbicara dengan orang lain.<sup>28</sup> Firman Allah:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَكُمْ لَا تَسْفِكُونَ دِمَاءَكُمْ وَلَا تُخْرِجُونَ أَنْفُسَكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ ثُمَّ أَقْرَرْتُمْ  
وَأَنْتُمْ تَشْهَدُونَ ﴿84﴾

Artinya: “Ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat, tunaikan zakat” (QS. al-Baqarah : 83)

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ  
لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُبِينًا ﴿53﴾

Artinya: “Dan katakanlah kepada hamba-hamba Ku, hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya setan itu menimbulkan perselisihan diantara mereka. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia. (QS. al-Isra: 53)

Di dalam ayat-ayat di atas betapa Allah sangat menganjurkan kepada umat-Nya untuk memberikan pelayanan yang baik dalam makna ucapan maupun cara dalam melayani komplain dari nasabah. Juga tidak mengikuti

---

<sup>27</sup> Richar F. Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (terjemahan Hesty Widyaningrum) Jakarta: PPM, 2004, hlm. 86

<sup>28</sup> *Op. Cit.*, M. Syakir Sula, hlm. 460-461



cara-cara setan yang cenderung kepada perselisihan. Allah menegaskan bahwa berselisih, bertengkar dan menimbulkan permusuhan adalah terlarang oleh karena itu perusahaan akan diterima secara positif oleh konsumen atau nasabah jika didukung dengan *servis* (pelayanan) yang memadai dari perusahaan dalam hal ini adalah asuransi syari'ah.

#### **D. Kepuasan**

##### **1. Pengertian Kepuasan**

Dewasa ini banyak perusahaan (termasuk perusahaan jasa) yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan cara menggunakannya mungkin beragam. Ada yang merumuskannya “memberikan segala sesuatu yang diharapkan setiap pelanggan”, “pelanggan adalah raja”, “kepuasan pelanggan adalah tujuan kami”, dan lain sebagainya. Tentunya asuransi syari'ah sebagai salah satu perusahaan memiliki misi tersendiri seperti layaknya perusahaan jasa lainnya. Selai itu juga asuransi syari'ah harus memberikan perhatian pada kepuasan nasabahnya.

Definisi kepuasan yang dikemukakan oleh Richard Olifer, seperti dikutip oleh Handi Irawan adalah, “respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bias lebih atau kurang.”<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> *Op. Cit.*, Handi Irawan, hlm. 3

Menurut Kotler dalam bukunya Fandi Tjiptono, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>30</sup> Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan terhadap yang akan diterimanya setelah ia memakai suatu barang dan merasakan layanan yang diberikan. Sedangkan kinerja yang di sampaikan adalah resepsi perwalian pelanggan terhadap yang diterimanya setelah ia memakai suatu barang dan merasakan layanan yang diberikan.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyajian jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan. Tingkat kepuasan nasabah tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak asuransi. Kepuasan atau ketidak kepuasan nasabah terhadap pelayanan asuransi akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika nasabah terasa puas, dia akan menunjukkan antusias yang lebih tinggi untuk menggunakan asuransi itu lagi dalam menyalurkan aktivitas keuangannya.

---

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: ANDI, 2006, hlm. 147

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam pelayanan, dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yang terkait dengan kepuasan nasabah:

a. Adil

Implementasi sikap adil dalam bisnis merupakan hal yang sangat berat baik dalam industri perbankan, asuransi, maupun dalam bentuk-bentuk mu'amalah lainnya. Mungkin karena itulah maka Allah demikian sering menekankan sikap adil ini ketika berbicara mu'amalah, demikian pula dalam hadits-hadits Nabi. Allah berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An Nahl : 90)

Sikap adil diperlukan ketika asuransi syari'ah menentukan bagi hasil dalam *surplus under writing*, dan bagi hasil investasi antara perusahaan dan peserta. Karena itulah transparansi dalam perbankan dan asuransi syari'ah menjadi sangat penting. Islam secara gamblang menjelaskan mengenai ketulusan dan transparansi dalam bermuamalah.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> *Op. Cit.*, Syakri Sula, hlm. 728-729

Lawan kata dari keadilan adalah kezaliman, yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas hamba-hamba-Nya. Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak-kontrak bisnis. Oleh karena itu, Islam melarang *bai' al-gharar* (jual beli yang tidak jelas sifat-sifat barang yang ditransaksikan) karena mengandung unsur ketidakjelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Hal itu akan menjadi suatu kezaliman terhadapnya. Jika unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang terjadi dalam transaksi bisnis terbilang sangat kecil, hal tersebut masih dapat ditoleransi. Akan tetapi, jika unsur *gharar* ini sangat besar, transaksi bisnis tersebut terlarang dalam bisnis syari'ah.<sup>32</sup>

b. Manfaat yang diperoleh

Asas manfaat adalah hal esensial dalam muamalah secara Islam. Proses dan hasil akhir *win-win* adalah hal yang diinginkan oleh Islam. Para pihak yang terlibat dalam investasi harus dapat memperoleh manfaat sesuai porsinya. Manfaat tersebut harus memenuhi kriteria berikut:

- 1) Manfaat harus dirasakan oleh pihak yang bertransaksi
- 2) Manfaat harus dapat dirasakan masyarakat umumnya<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> *Op. Cit.*, Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, hlm. 72-73

<sup>33</sup> Abdullah Amrin, *Asuransi Syari'ah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional*, PT. Elex Media Komputindo, 2006, hlm. 179

## c. Terbebas dari riba

Secara bahasa riba berarti al-ziyadah (tumbuh subur, tambahan) seperti terdapat dalam ayat al-Hajj: 5. dan an-Nahl: 92

... وَتَرَى الْأَرْضَ هَامِدَةً فَإِذَا أَنْزَلْنَا عَلَيْهَا الْمَاءَ اهْتَزَّتْ وَرَبَتْ وَأَنْبَتَتْ مِنْ كُلِّ  
رَوْحٍ بَهِيحٍ ﴿5﴾

Artinya: "...dan kamu lihat bumi ini kering, kemudian apabila telah Kami turunkan air di atasnya, hiduplah bumi itu dan suburlah dan menumbuhkan berbagai macam tumbuh-tumbuhan yang indah." (QS. Al-Hajj:5)

وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَقَضَتْ غَزَاهُمْ مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ أَنْكَاثًا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا  
بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَىٰ مِنْ أُمَّةٍ... ﴿92﴾

Artinya: "Dan janganlah kamu seperti seorang perempuan yang menguraikan benangnya yang sudah dipintal dengan kuat, menjadi cerai berai kembali, kamu menjadikan sumpah (perjanjian) mu sebagai alat penipu di antaramu, disebabkan adanya satu golongan yang lebih banyak jumlahnya dari golongan yang lain..." (QS. An-Nahl: 92)

Seluruh fuqoha sepakat bahwasanya hukum riba adalah haram berdasarkan keterangan yang sangat jelas dalam al-Qur'an dan al-Hadits,<sup>34</sup> yang dikutip dalam buku-buku Ghufron A. Mas'adi yang berjudul Fiqh Muamalah kontekstual.

Secara estimologis, riba berarti perluasan, penambahan dan pertumbuhan, baik berupa tambahan material maupun immaterial, baik dari jenis barang itu sendiri maupun dari jenis lainnya.<sup>35</sup> Dari keterangan diatas jelas bahwa riba sangat diharamkan dalam Islam.

<sup>34</sup> Drs. Ghufron A. Mas'ad, M.Ag, *Fiqh Muamalah Kontekstua*, Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 151

<sup>35</sup> *Ibid*, Syakir Sula, hlm. 120

Oleh karena itu produk atau jasa yang diberikan boleh asuransi syariah harus terhindar dari riba.

Menurut Wahbah al-Zuhaili yang dikutip dari buku Syakir Sula bahwa hikmah diharamkannya riba secara kasarnya adalah karena riba itu;

- 1) Menindas orang yang terpaksa dan terdesak
- 2) Menghilangkan perasaan simpati dan kasih sayang kepada manusia
- 3) Menghapuskan sifat saling tolong menolong dalam kehidupan
- 4) Eksploitasi orang yang kuat terhadap yang lemah dan,
- 5) Merupakan kemadharatan yang besar kepada manusia.<sup>36</sup>

Untuk mengatasi adanya unsur riba dalam penentuan tarif premi, dalam asuransi syari'ah unsur perhitungan bunga teknik tidak dimasukkan ke dalam perhitungan besaran premi. Selain itu, semua proses operasional secara intern dan kegiatan bisnis baik berupa investasi, penyertaan dan lain sebagainya.<sup>37</sup> Dari kesemuanya ini prinsip yang dipakai dalam asuransi syari'ah adalah prinsip halal yang diartikan sebagai kegiatan yang terhindar dari syubhat dan haram.

d. Jujur dan terpercaya (*al-amanah*)

Di antara ahklak yang harus menghiasi bisnis syari'ah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Kadang-kadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilakukan bagi orang-orang awam manakala

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 136-137

<sup>37</sup> *Ibid*, Abdullah Amrin, hlm. 55

tidak dihadapkan pada ujian yang berat atau tidak dihadapkan pada godaan duniawi. Tidak diragukan lagi bahwasanya ketidakjujuran adalah bentuk kecurangan yang paling jelek. Allah berfirman:

﴿26﴾ قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: “wahai ayahku, ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada perusahaan kita) karena sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat (profesional) lagi terpercaya (amanah).(QS. al-Qashash:26).

Di sinilah letaknya kenapa *al-amanah* menjadi salah satu prinsip dalam mu’amalah. Kejujuran, profesionalisme, dan termasuk penempatan seseorang sesuai keahlian dan kemampuannya merupakan bagian dari prinsip *al-amanah* dalam mu’amalah yang islami.<sup>38</sup>

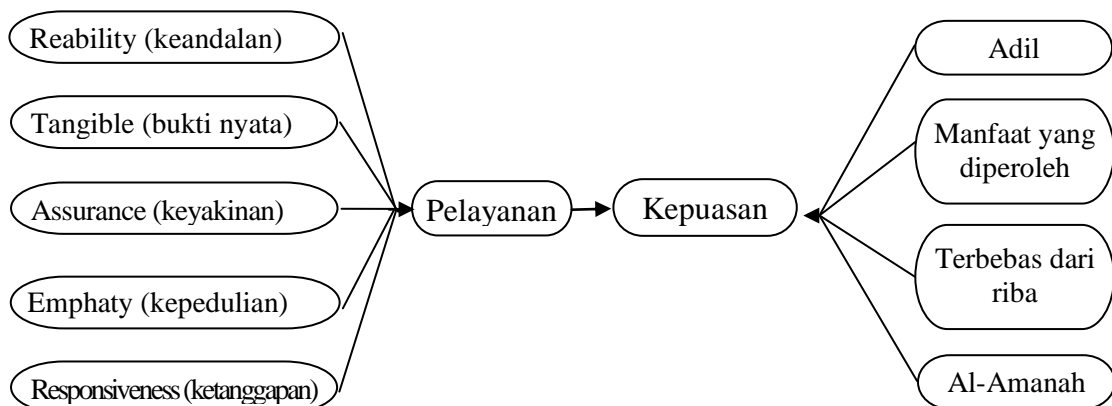
### E. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>= ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

### F. Kerangka Berpikir

Sedangkan kerangka berpikir yang digunakan oleh penulis dalam skripsi



<sup>38</sup>Op. Cit., Muhammad Syakir Sula, hlm. 739

### G. Mengukur Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Untuk mengukur kualitas pelayanan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang dijelaskan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Nilai Persepsi, Interval IKP, Interval Konversi IKP dan Kualitas Pelayanan

Nilai Persepsi	Nilai Interval IKP	Nilai Interval Konversi IKP	Kualitas Pelayanan
1	1,0 – 1,8	20,00 – 36,00	Tidak Baik
2	1,8 – 2,6	37,00 – 52,00	Kurang Baik
3	2,6 – 3,4	53,00 – 68,00	Cukup Baik
4	3,4 – 4,2	69,00 – 84,00	Baik
5	4,2 – 5,0	85,00 – 100,00	Sangat Baik

Untuk mengukur kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dijelaskan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2 Nilai Persepsi, Interval IKN, Interval Konversi IKN dan Kepuasan Nasabah

Nilai Persepsi	Nilai Interval IKN	Nilai Interval Konversi IKN	Kepuasan Nasabah
1	1,0 – 1,8	20,00 – 36,00	Tidak Puas
2	1,8 – 2,6	37,00 – 52,00	Kurang Puas
3	2,6 – 3,4	53,00 – 68,00	Cukup Puas
4	3,4 – 4,2	69,00 – 84,00	Puas
5	4,2 – 5,0	85,00 – 100,00	Sangat Puas



**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**PT ASURANSI TAKAFUL KELUARGA SEMARANG**

**A. Profil PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang**

1. Sejarah Berdirinya

Perusahaan asuransi di Indonesia yang paling tua di Indonesia adalah asuransi bumi putra 1912. Sesudah Indonesia mencapai kemerdekaan, bisnis asuransi makin berkembang, sejalan dengan perkembangan ekonominya,<sup>1</sup> niaga sampai saat ini banyak bermunculan asuransi-asuransi yang lain berkembang di Indonesia. Dengan berkembangnya zaman sejarah membuktikan bahwa Islam di Indonesia mempunyai peranan penting dalam membangun dan mengukir sejarah di tanah air Indonesia. Hal ini dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam.<sup>2</sup> Kebutuhan akan kehadiran jasa asuransi yang berdasarkan syari'ah diawali dengan mulai beroperasinya bank-bank syari'ah. Hal tersebut sesuai dengan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan Ketentuan Pelaksanaan Bank Syari'ah.<sup>3</sup> Tidak berselang lama, kemudian muncul perusahaan asuransi yang berdasarkan syari'ah di Indonesia berasal dari ikatan cendekiawan muslim (ICMI) melalui

---

<sup>1</sup> *Ensiklopedi Nasional Indonesia*, 1989, hlm. 394

<sup>2</sup> AM. Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis*, cet ke 1, Jakarta: Kencana, 2004, hlm. 151

<sup>3</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, cet. ke 1, Yogyakarta: Ekonisia, 2003, hlm. 114

Yayasan Abdi Bangsa, kemudian ditindaklanjuti secara bersama-sama oleh PT. Abdi Bangsa 27 Juli 1993.

Langkah awal yang dilakukan TEPATI dalam membentuk asuransi takaful di Indonesia adalah melakukan studi banding ke Syarikat Takaful Malaysia sendirian berhak di Malaysia tanggal 7 s/d 10 September 1993. Hasil studi banding diseminarkan di Jakarta pada tanggal 19 Oktober 1993 yang merekomendasikan untuk segera dibentuk asuransi takaful Indonesia.<sup>4</sup>

Langkah selanjutnya, TEPATI merumuskan dan menyusun konsep asuransi takaful serta mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk mendirikan sebuah perusahaan asuransi.

Pada akhirnya berdirilah PT. Syarikat Takaful Indonesia (PTSTI) sebagai *holding company* pada 24 Februari 1994 anak perusahaannya: PT. Asuransi Takaful Keluarga (*life insurance*) dan PT. Asuransi Takaful Umum (*general insurance*) dan PT. Asuransi Takaful keluarga pada 4 agustus 1994, diresmikan menteri keuangan, Mar'ie Muhammad, 25 Agustus 1994 dan PT. Asuransi Takaful Umum diresmikan pada 2 Juni 1995 melalui SK. Menkeu No. 247/KMK.017/1995,0/Menristek/Ketua BPPT, BJ. Habibie.<sup>5</sup>

Dengan terus berjalan dan berkembangnya asuransi syariah maka dalam rangka memperluas jaringan ke daerah-daerah lain PT. Asuransi

---

<sup>4</sup> HA. Djazuli dkk. *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, cet ke 1, Jakarta: PT. Raja Grafindopersada, 2002. hlm. 130-131

<sup>5</sup> *PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang*, wawancara Bpk. Abdurrahman 23-01-2007

yang terpusat di Jakarta mendirikan kantor cabang asuransi di daerah-daerah. Salah satu cabangnya adalah di Semarang yang didirikan pada tanggal 10 Juni 2000. Pertama berdirinya berada satu kantor dengan MUI Indonesia cabang Semarang yang berada di jalan Soegiopranoto no. 102 Semarang. Kemudian pada tanggal Juli 2002 pindah ke Imam Bonjol no. 46 Semarang.

Perkembangan asuransi di Semarang ini dari tahun ke tahun sangat mengembirakan dilihat dari bertambahnya nasabah.<sup>6</sup>

## 2. Visi dan misi

### 2.1 Visi

Takaful Indonesia adalah lembaga keuangan yang konsisten menjalankan transaksi asuransi secara islami. Aktifitas perusahaan dilaksanakan pada prinsip syariah yang bertujuan memberikan fasilitas dan layanan terbaik bagi umat dan masyarakat Indonesia. Sebagai sebuah perusahaan, takaful akan berjuang dan berkembang untuk menjadi perusahaan yang terkemuka.<sup>7</sup>

### 2.2 Misi

Memberikan pelayanan yang terbaik, amanah, dan profesional kepada umat Islam dan bangsa Indonesia.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, wawancara 23-01-2007

<sup>7</sup> *Dokumentasi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang*

<sup>8</sup> *Ibid.*

## B. Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

### 1. Struktur organisasi PT. Asuransi Takaful Umum kantor pusat Jakarta 2007

Dewan pengawas

Ketua : Dr. K.H. Didin Hafiduddin

Anggota

Anggota	:	1. Dr. HM. Syafi'i Antonio, M. Sc 2. Prof. Madya Dr. Shobri Salmon 3. Prof. Dr. Fathurrahman Djamil, MA 4. Y.A.A.A. Dato Seikh Ghazali bin Haji Abdurrahman.
Dewan komisaris	:	Toib Rozaj
Komisaris Utama	:	1. Sambari Satuju
Komisaris Independen	:	2. Bahcrun M. Nasution
	:	3. Wan Zamri Wan Ismail
Dewan Direksi		
Direksi Utama	:	Shakti Agustono Rahardjo, St. Ak.
Direktur	:	Ma'ad Santoni, Aci, AKK.

### 2. Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

Kepala Cabang	:	Kusman Sbobari
Staff Keuangan	:	Abdurrahman
Kolektor	:	Muhalim
Bagian Umum	:	Abdul Al Wasyer Soyida Modiana
Marketing	:	Imam Fahrozi
Finansial Consultan	:	St. Chosiah Marwinah. <sup>9</sup>

<sup>9</sup> PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, Wawancara dengan Abdurrahman, tgl 15 Agustus 2007

### C. Jenis- jenis Produk PT. Asuransi Syari'ah Takaful Keluarga Semarang

PT. asuransi syari'ah dipahami sebagai suatu model jaminan (proteksi) yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan asuransi syari'ah untuk ditawarkan kepada masyarakat luar agar ikut serta berperan sebagai anggota (peserta) dari sebuah perkumpulan pertanggungangan yang secara materi mendapat keamanan bersama. Sedang proses marketing yang terjadi pada perusahaan asuransi syari'ah, seharusnya tidak hanya bertumpu pada penjualan pada produk-produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tapi lebih berorientasi pada penawaran keikutsertaan untuk saling menanggung (*takaffuli*) pada suatu peristiwa yang belum terjadi pada jangka waktu tertentu. Sehingga uang yang disetor oleh nasabah asuransi syari'ah merupakan dana *tabarru* yang sengaja diniatkan untuk melindungi dia dan nasabah lainnya dalam menghadapi peril (peristiwa asuransi).<sup>10</sup>

Adapun produk asuransi syari'ah dalam PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dibagi menjadi 2, yaitu *Produk Takaful Keluarga* dan *Produk Takaful Umum*.<sup>11</sup>

#### 1. Produk Takaful Keluarga

##### 1.1 Produk asuransi takaful keluarga dengan unsur tabungan.

Produk asuransi takaful keluarga dengan unsur tabungan terdiri dari Rekening tabungan dan rekening Khusus. Rekening Tabungan

---

<sup>10</sup>Cacan S. Agis dkk., *Modul Pengetahuan Dasar*, Jakarta: Trendi, 2005, hlm, 26-27

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm 26-67

yaitu kumpulan dana yang merupakan milik peserta dan dibayarkan bila:

- a. Perjanjian berakhir
- b. Peserta mengundurkan diri
- c. Peserta meninggal dunia

Sedang Rekening khusus berupa kumpulan dana yang diniatkan oleh peserta sebagai derma untuk tujuan saling membantu dan dibayarkan bila:

- a. Peserta meninggal dunia.
- b. Perjanjian berakhir, jika ada surplus dana.

Kumpulan dana peserta diinvestasikan sesuai dengan prinsip syari'ah. Hasil investasi dibagikan menurut sistem bagi hasil (al-mudharabah) 60% peserta dan 40% perusahaan.

Produk takaful keluarga dengan unsur tabungan di antaranya yaitu:

- a. Takaful dana investasi (*fuldana*)

Program takaful dana investasi adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah atau US dolar sebagai dana investasi yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal dunia lebih awal atau sebagai bekal untuk hari tuanya.

b. Program takaful dana haji (*fulhaji*).

Adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah atau US dolar untuk biaya menjalankan ibadah haji.

c. Takaful dana pendidikan (*fulnadi*).

Program takaful dana pendidikan (*fulnadi*) adalah produk dari PT. Asuransi Takaful Keluarga untuk perorangan atau individu yang ditunjukkan bagi orang tua yang merencanakan dana pendidikan untuk putra-putrinya sampai sarjana. Dalam mata uang rupiah dan US dolar. Diluncurkan pada tanggal 15 januari 2004.

## 1.2 Produk asuransi takaful keluarga tanpa unsur tabungan

- a. Setiap premi dibayar oleh peserta setelah dikurangi biaya pengelolaan dimasukkan ke dalam Rekening khusus (kumpulan dana).
- b. Kumpulan dana peserta diinvestasikan sesuai dengan prinsip syari'ah.
- c. Hasil investasi dimasukkan ke dalam dana peserta, kemudian dikurangi dengan beban asuransi (klaim dan premi reasuransi).
- d. Surplus kumpulan dana peserta dibagikan dengan sistem bagi hasil (al- mudharabah) 40% peserta 60% perusahaan.

Produk asuransi takaful keluarga tanpa unsur tabungan:

a. Takaful kesehatan individu.

Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan dana santunan rawat inap dan operasi bila peserta sakit dalam masa perjanjian.

b. Takaful kecelakaan diri individu

Program yang diperlukan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris dan peserta mengalami musibah kematian karena kecelakaan dalam masa perjanjian.

c. Takaful *al-khairat* individu

Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris bila peserta mengalami musibah kematian dalam masa perjanjian.

2. Produk-produk asuransi takaful umum:

2.1 Takaful Abror (asuransi kendaraan bermotor, aman dan bagi hasil)

Takaful *Abror* adalah program takaful yang mengganti kerugian atas kendaraan bermotor yang disebabkan musibah kecelakaan, pencurian, serta tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga.

2.2 Takaful kebakaran (Fire):

Takaful kebakaran adalah kerusakan dan / atau kepentingan yang dipertanggungkan yang secara langsung disebabkan oleh:



- a. Kebakaran (fire)
- b. Petir (lightning)
- c. Peledakan (explosion)
- d. Kejatuhan pesawat terbang (impact of falling aircraft)
- e. Asap (smoke)

#### **D. Perkembangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang**

Menurut Abdurrahman sebagai staf keuangan, perkembangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang yang berdiri pada tahun 2000 s/d 2001, omzetnya mengalami perkembangan signifikan dari 30-40 persen. Dan perkembangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat dilihat dari bertambahnya nasabah dari tahun ke tahun yaitu tahun 2001 s/d 2006 rata-rata kenaikan sebesar 53,4% pertahun, dapat dilihat pada tabel 1. Kemudian pada tahun 2002 s/d akhir tahun 2007 omzet PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang meningkat 40 s/d 60%. Perkembangan ini juga disebabkan karena tingginya pertumbuhan bisnis asuransi syari'ah. Salah satunya adalah banyaknya asuransi konvensional yang membuka cabang asuransi syari'ah. Selain itu, terdapat sejumlah cabang asuransi syari'ah perusahaan asuransi konvensional yang mendapatkan izin dalam dua tahun terakhir baru mulai beroperasi tahun ini. Karena mayoritas pemain baru lahir dan tahun terakhir mayoritas izin operasi 2005.<sup>12</sup>

Tapi pihaknya tetap berharap momentum pertumbuhan tetap terjaga tahun ini dan tahun depan. Hingga juli lalu, asuransi syari'ah tercatat

---

<sup>12</sup> *Op.cit.*, Wawancara dengan Abdurrahman, 15 Agustus 2007

berjumlah 38 buah. Mereka berdiri dari dua perusahaan asuransi jiwa syari'ah, satu perusahaan asuransi kerugian syari'ah, 12 cabang asuransi jiwa syari'ah, 20 cabang asuransi kerugian syari'ah, dan tiga divisi reasuransi syari'ah. Sedangkan hingga akhir tahun lalu dan akhir 2006, asuransi syari'ah masing-masing hanya sebanyak 30 dan 26 buah. Selain itu, optimisme proyeksi premi tahun depan tercapai adalah karena tahun depan diproyeksi terdapat delapan hingga sepuluh pemain baru. Di antaranya tiga hingga empat cabang asuransi kerugian syari'ah.<sup>13</sup>

#### E. Gambaran Umum Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

Berdasarkan hasil tabulasi penelitian yang dilakukan kepada 100 responden, dapat dikemukakan profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang berdasarkan jenis kelamin dan umur dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1  
Profil Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang  
Menurut Jenis Kelamin dan Umur

Jenis kelamin			Umur		
Kriteria	Frekwensi	%	Kriteria	Frekwensi	%
Laki-laki	55	55%	18 – 29	21	21%
Perempuan	45	45%	30 – 39	50	50%
			40 – 49	25	25%
			50 – 59	4	4%
			> 60	0	0%
	100	100%		100	100%

<sup>13</sup> *Ibid.*

Tabel 3.1 menunjukkan profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang menurut jenis kelamin adalah 55 orang laki-laki atau 55% dan 45 orang perempuan atau 45%. Prosentase profil nasabah menurut umur adalah nasabah yang berumur 30 s/d 39 tahun yaitu 50% atau 50 orang, 40 s/d 49 tahun 25% atau 25 orang, 18 s/d 29 tahun 21% atau 21 orang, 50 s/d 59 tahun 4% atau 4 orang, dan di atas 60 tahun adalah 0% atau tidak ada.

Profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang menurut pendidikan dan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2  
Profil Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang  
Menurut Jenis Pekerjaan dan Pendidikan

Pekerjaan			Pendidikan		
Kriteria	Frekwensi	%	Kriteria	Frekwensi	%
Pegawai Negeri	34	34%	Tidak sekolah	0	0%
Pegawai Swasta	36	36%	SD/Sederajat	0	0%
Wira Swasta	10	10%	SLTP/Sederajat	80	80%
Ibu Rumah Tangga	10	10%	SLTA/Sederajat	17	17%
Lainnya (Pensiun, dll)	10	10%	PT	3	3%
	100	100%		100	100%

Tabel 3.2 menunjukkan profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang menurut pendidikan adalah 80 orang berpendidikan SLTP/Sederajat atau 80%, 17 orang berpendidikan SLTA/Sederajat atau 17%, 3 orang berpendidikan Perguruan Tinggi (PT), 0 orang tidak berpendidikan dan SD/Sederajat atau 0%. Profil nasabah menurut pekerjaannya adalah bekerja sebagai pegawai swasta sebesar 36 orang atau 36%, pegawai negeri mencapai

34 orang atau 34%, wiraswasta sebesar 10 orang atau 10%, ibu rumah tangga 10 orang atau 10%, lain-lainnya 10 orang atau 10%.

Profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang menurut tingkat pendapatan dapat dilihat pada tabel 3.3

Tabel 3.3  
Profil Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang  
Menurut tingkat Pendapatan

Pendapatan		
Kriteria	Frekwensi	%
< 1.000.000	0	0%
1.000.000 – 2.000.000	11	11%
2.000.000 – 3.000.000	29	29%
3.000.000 – 4.000.000	43	43%
> 5.000.000	17	17%
	100	100%

Tabel 3.3 menunjukkan tingkat pendapatan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Prosentase terbesar adalah nasabah yang berpendapatan Rp. 3.000.000 s/d 4.000.000 mencapai 43 orang atau 43%, Rp. 2.000.000 s/d 3.000.000 adalah 29 orang atau 29%. Di atas Rp. 5.000.000 sebanyak 17 orang atau 17%, Rp. 1.000.000 s/d 2.000.000 11 orang atau 11%, dan di bawah Rp. 1.000.000 tidak ada atau 0%.

Profil nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang berdasarkan alasan memilih asuransi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat dilihat pada tabel 3.4

Tabel 3.4  
 Profil Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang  
 Berdasarkan alasan memilih asuransi PT. Asuransi Takaful Semarang

Pendapatan		
Kriteria	Frekwensi	%
Fasilitas tempat kerja	6	6%
Lokasi strategis	13	13%
Pelayanan memuaskan	14	14%
Menolong sesama	7	7%
Fasilitas lengkap	15	15%
Sudah lama dan terkenal	5	5%
Karena berprinsip syari'ah	40	40%
	100	100%

Tabel 3.4 menunjukkan prosentase alasan nasabah memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang karena berprinsip syari'ah sebesar 40 orang atau 40%, fasilitas lengkap 15 orang atau 15%, pelayanan memuaskan 14 orang atau 14%, lokasi strategis 13 orang atau 13%, menolong sesama 7 orang atau 7%, fasilitas tempat kerja 6 orang atau 6%, dan memilih karena Sudah lama dan terkenal 5 orang atau 5%.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV akan membahas hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, Sebelumnya membahas hasil penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data yang telah dikumpulkan melalui analisis instrumen penelitian. Analisis instrumen penelitian dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik. Untuk menentukan apakah suatu instrumen dapat dikatakan valid dan reliabel dilakukan pengujian dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun pengujian tersebut diuraikan sebagai berikut.

#### **A. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Metode pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan :

1. Analisis uji validitas dengan menggunakan Korelasi Person. Teknik untuk menguji validitas instrumen tiap-tiap variabel dilakukan dengan cara mengkorelasikan tiap skor item instrumen dengan total skor dari jumlah item instrumen tersebut. Indikatornya adalah apabila nilai  $p$  (probabilitas) korelasi tersebut signifikan, maka instrumen tersebut valid, sebaliknya apabila tidak signifikan maka item instrumen tersebut tidak valid dan harus didrop.

2. Analisis uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisa *Cronbach Alpha*.<sup>1</sup> Untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan dalam suatu variabel reliabel (andal), maka indikatornya adalah apabila nilai  $\alpha \geq 0,6$ .

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen kualitas pelayanan disajikan dalam Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan

Kode	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Validitas</i>	<i>Reliabilitas</i>
p1	,374	Valid	Alpha = 0,803 ( reliabel)
p2	,446	Valid	
p3	,418	Valid	
p4	,317	Valid	
p5	,278	Valid	
p6	,392	Valid	
p7	,475	Valid	
p8	,518	Valid	
p9	,594	Valid	
p10	,407	Valid	
p11	,482	Valid	
p12	,294	Valid	
p13	,330	Valid	
p14	,397	Valid	
p15	,364	Valid	
p16	,226	Valid	
p17	,226	Valid	
p18	,344	Valid	

Keterangan : *r*-tabel dengan *df* : 82 adalah 0,215

Sumber: lampiran 12

Hasil uji validitas terhadap instrumen kualitas pelayanan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai korelasi item-item instrumen kualitas pelayanan

<sup>1</sup> Rahman El junusi, SE.,MM, *Analisis hubungan individual rank profesionalisme auditor intern hasil kerja lembaga keuangan syariah*, Semarang: DIPA IAIN Walisongo, 2007,hlm.56

seluruhnya valid. Hasil uji *cronbach alpha* menunjukkan bahwa  $\alpha$  sebesar 0,803 berarti instrumen kualitas pelayanan dapat diandalkan (*reliable*).

Pengujian validitas dan reliabilitas untuk instrumen kepuasan nasabah dijelaskan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kepuasan Nasabah

Kode	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Validitas</i>	<i>Reliabilitas</i>
k1	,327	Valid	Alpha = 0,844 ( reliabel)
k2	,438	Valid	
k3	,535	Valid	
k4	,534	Valid	
k5	,325	Valid	
k6	,507	Valid	
k7	,616	Valid	
k8	,301	Valid	
k9	,480	Valid	
k10	,475	Valid	
k11	,513	Valid	
k12	,556	Valid	
k13	,270	Valid	
k14	,582	Valid	
k15	,573	Valid	
k16	,354	Valid	

*Keterangan : r-tabel dengan df : 84 adalah 0,212*

Sumber : lampiran 13

Hasil uji validitas terhadap instrumen kepuasan nasabah pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai korelasi semua item instrumen kepuasan nasabah dengan total skornya signifikan. Berarti semua item instrumen kepuasan



nasabah adalah valid. Hasil uji *cronbach alpha* menunjukkan bahwa  $\alpha = 0,844$ , hasil ini menunjukkan instrumen kepuasan nasabah dapat diandalkan (*reliable*).

## **B. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang**

Dalam analisis terhadap variabel penelitian yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Berdasarkan konsep dan teori yang telah dikemukakan pada Bab II, maka variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan dengan lima indikator, yaitu: *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *surance* (keyakinan), *emphaty* (kepedulian) dan *tangibles* (berwujud). Sedangkan variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan dengan empat indikator, *al-adil*, manfaat yang diperoleh, terhindar dari *riba (halal)* dan *al-amanah*.

### **1. Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.**

Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator, yaitu: *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *surance* (keyakinan), *emphaty* (kepedulian) dan *tangibles* (berwujud) dijelaskan pada tabel 4.3

Tabel 4.3. Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan  
(dalam prosentase)

	Reability	Responsiveness	Surance	Emphaty	Tangibles
Sangat tidak setuju	0	0	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0	1
Netral	73	45	18	41	58
Setuju	22	50	64	53	38
Sangat setuju	3	5	18	6	3

Sumber: lampiran 22-23

Dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan setuju (baik) mengenai kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Dari kelima indikator untuk mengukur kualitas pelayanan menunjukkan rata-rata lebih dari 50 persen responden menyatakan setuju (baik) mengenai kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang kecuali pada indikator tangibles dimana 58 persen respon menyatakan netral atau cukup baik sedangkan 38 persen responden menyatakan setuju atau baik tentang kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, digunakan angka Indeks Kualitas Pelayanan (IKP) yang dijelaskan pada tabel 4.4.

Tabel 4.4  
Kualitas Pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

No.	Indikator Kualitas Pelayanan	Nilai Mean Indikator Kualitas Pelayanan	IKP
1	Reability	3,26	0,652
2	Sponsivenes	3,60	0,720
3	Surance	4,00	0,800
4	Emphaty	3,65	0,730
5	Tangibles	3,43	0,686
	<i>Total Kualitas Pelayanan</i>		<b>3,588</b>

Sumber : lampiran 26

Dengan demikian nilai indek kualitas pelayanan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Nilai IKP setelah dikonversi (nilai indeks x nilai dasar)  $3,588 \times 20 = 71,76$
- b. Kualitas pelayanan dalam kategori baik.

Melihat hasil analisa data, maka dapat disimpulkan bahwa nilai Indeks Kualitas Pelayanan (IKP) yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 71,76. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, dalam kategori **baik**. Namun demikian kualitas pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan skala prioritas, terutama pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang

mempunyai nilai IKP terendah terutama pada indikator tangibles. Tangible indikator ini merupakan dimensi dari kualitas pelayanan. Karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Untuk mengetahui baik atau tidaknya tangible nasabah akan menggunakan indra penglihatannya. Indikator ini biasanya mencakup kondisi fisik fasilitas, peralatan, serta penampilan pekerja. Seseorang pertama kali yang dilihat sewaktu akan menjadi nasabah asuransi salah satunya adalah bangunan atau kantor asuransi. Biasanya kantor yang menunjukkan kerapian, kebersihan, akan memberikan kesan yang baik kepada calon nasabah. Kemudian fasilitas yang terdapat pada kantor tersebut, seperti tempat duduk, AC, pencahayaan, brosur, dan warna dinding. Kesemuanya ini sangat mempengaruhi kenyamanan para nasabah. Kemudian peralatan yang digunakan oleh karyawan asuransi. Contoh peralatan atau fasilitas yang diberikan kepada nasabah adalah polis. Polis yang diterima dalam kondisi yang baik. Para nasabah akan ragu bila polis yang diterima ternyata berupa selembar kertas dengan kualitas yang rendah. Nasabah akan merasa ragu bahwa polis seperti ini memberikan jaminan kepada mereka suatu saat apabila mereka mengajukan klaim ganti rugi.

Tidak hanya dari bangunan, fasilitas dan peralatan yang baik yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada indikator tangible tetapi juga pada penampilan para karyawan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Karena penampilan seseorang akan menunjukkan keprofesionalan

seseorang dalam bekerja. Apalagi lembaga keuangan yang berbasis syariah dari penampilan karyawan wanita, akan menunjukkan kesyariahnya. Atau para karyawan menggunakan seragam dengan seragam yang baik, sebuah perusahaan akan mampu memberikan impres yang positif. Seragam menunjukkan bahwa mereka merupakan team yang terkoordinasi dengan rapi. Seragam juga memberikan kenikmatan untuk penglihatan nasabah.

Menurut responden PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang sudah cukup memberikan kenyamanan. Cuma saja Kurangnya media informasi yang lebih spesifik untuk para calon nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih dan kurang memberikan suasana yang lebih islami.<sup>2</sup> Saran mereka adalah untuk memberikan media informasi yang lebih baik untuk para calon nasabah, kemudian untuk para karyawan diusahakan untuk selalu menggunakan seragam yang telah ditentukan oleh perusahaan dan dapat memberikan tulisan-tulisan yang menghadirkan suasana keislaman.<sup>3</sup>

Tangible yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Tangible juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena tangible yang baik maka harapan nasabah akan tinggi. Oleh karena itu penting bagi sebuah perusahaan dalam hal ini PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang untuk mengetahui seberapa jauh aspek tangible yang paling tepat, yaitu masih memberikan impres yang

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan responden pada tanggal 23 Juni 2008

<sup>3</sup> *Ibid*

positif terhadap kualitas pelayan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan nasabah yang terlalu tinggi. Biasanya *tangible* ini lebih penting bagi nasabah baru. Karena akan memberikan kesan pertama untuk menjadi nasabah asuransi.

Dari kesemuanya ini PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat meningkatkan kualitas pelayanan *tangible* ini dengan baik. memperbaiki dimana terdapat kekurangan dalam memberikan pelayanan *tangible* dan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertimbangkan saran yang telah diutarakan oleh responden.

## 2. Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Penilaian responden terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari 4 (empat) indikator, yaitu: al-adil, manfaat yang diperoleh, terhindar dari riba (halal) dan al-amanah yang dijelaskan pada tabel 4.5.

Tabel 4.5. Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah (dalam prosentase)

	<b>Sangat tidak setuju</b>	<b>Tidak setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat setuju</b>
Al-'Adl	0	2	42	54	2
Manfaat yang diperoleh	0	0	53	45	2
Halal	0	9	53	34	4
Al-Amanah	0	0	55	45	0

Sumber : lampiran 24-25

Pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan setuju atau puas dalam melakukan hubungan dengan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Dari kesembilan indikator untuk mengukur kepuasan nasabah menunjukkan rata-rata lebih dari 50 persen responden menyatakan setuju atau puas dalam melakukan hubungan dengan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang kecuali pada indikator terhindar dari riba dan al-amanah. Untuk indikator halal, 53 persen responden menyatakan netral atau cukup puas sedangkan 34 persen menyatakan setuju atau puas. Sedangkan untuk indikator al-amanah, 55 persen responden menyatakan netral atau cukup puas sedangkan 45 persen responden menyatakan setuju atau puas dalam melakukan hubungan dengan PT Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Untuk mengetahui kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, digunakan angka Indeks Kepuasan Nasabah (IKN) yang dijelaskan pada tabel 4.6

Tabel 4.6  
Kepuasan Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

No.	Indikator Kepuasan Nasabah	Nilai Mean Indikator Kepuasan Nasabah	IKN
1	Al-'Adl	3,56	0,8900
2	Manfaat yang diperoleh	3,49	0,8725
3	Halal	3,33	0,8325
4	Al-Amanah	3,45	0,8625
<b>Total Kepuasan Nasabah</b>			<b>3,4575</b>

Sumber: lampiran 26

Dengan demikian nilai indeks kepuasan nasabah hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nilai IKN setelah dikonversi (nilai indeks x nilai dasar)  $3,4575 \times 20 = 69,15$ .
2. Kepuasan nasabah dalam kategori puas.

Dari hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa nilai Indeks Kepuasan Nasabah (IKN) dalam melakukan hubungan dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 69,15. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dalam kategori **puas**, namun nilai IKN mendekati nilai kritis, maksudnya nilai IKN mendekati batas atas nilai interval IKN dengan kategori cukup puas yaitu antara 69,00 s/d 84,00. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban dan tanggung jawab dari PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dalam menyediakan pelayanan dalam rangka mewujudkan kualitas pelayanan yang prima yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah sehingga terjadi hubungan timbal balik atau kemitraan yang baik. Untuk itu diperlukan suatu skala prioritas untuk peningkatan kepuasan nasabah, terutama pada indikator-indikator kepuasan nasabah yang mempunyai nilai IKN terendah, terutama pada indikator :

- a. Terhindar dari riba (halal). Indikator ini merupakan prinsip dasar yang digunakan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Untuk mengatasi adanya unsur riba dalam penentuan tarif premi, dalam asuransi syari'ah unsur perhitungan bunga teknik tidak dimasukkan



dalam perhitungan besaran premi. Selain itu, semua proses operasional secara intern dan kegiatan bisnis baik berupa investasi, penyertaan, dan lain sebagainya, dialihkan menjadi sistem mudharabah (bagi hasil) atau akad lainnya yang diperbolehkan oleh sayr'i.

Itu merupakan salah satu yang menjadi perbedaan antara asuransi syari'ah dengan asuransi konvensional. Pada asuransi syari'ah dengan asuransi konvensional, dana yang terkumpul menjadi milik perusahaan asuransi konvensional dimana pengelolaan dana menjadi hak dan tanggung jawab perusahaan. Sedangkan dalam asuransi syari'ah, perusahaan hanya sebagai pengelola dana titipan para nasabah yang nantinya akan diinvestasikan dalam berbagai jenis investasi yang sesuai syari'ah.

Menurut responden riba adalah kegiatan muamalah yang diharamkan oleh Allah dan itu merupakan prinsip yang dihindari oleh asuransi syari'ah, karena hal itu dapat merugikan para nasabah.<sup>4</sup> Kemudian mereka memberikan saran agar PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang benar-benar dalam melakukan investasi untuk mereka terhindar dari riba dan menggunakan bagi hasil yang terdapat pada asuransi syari'ah. Karena mereka masuk atau menjadi nasabah di sana bertujuan untuk terhindar dari riba yang diharamkan oleh Allah. Mereka berharap juga produk-produk yang ditawarkan juga sesuai

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan responden pada tanggal 23 Juni 2008

dengan asuransi syari'ah yang terhindar dari maghrib (*maisir, gharar, riba*).<sup>5</sup>

Menurut Wahbah al-Zuhaili yang dikutip dari buku Syakir Sula bahwa hikmah diharamkannya riba secara kasarnya adalah karena riba itu

- b. Al-amanah juga merupakan prinsip dalam muamalah. Kejujuran, profesionalisme, dan termasuk penempatan seseorang sesuai keahlian dan kemampuan merupakan bagian dari prinsip al amanah dalam muamalah yang islami. Menepati janji dengan para nasabah juga merupakan al-amanah. Perusahaan yang selalu menjaga amanah akan mendapatkan kepercayaan dan nilai plus yang bisa menghasilkan kepuasan bagi para nasabah. PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang sebagai perusahaan yang berkonsep syar'i yang mempunyai misi akan menjaga amanah harus membuktikannya kepada para nasabah. Hal ini akan memberikan nilai plus yang dapat menarik masyarakat yang belum berminat untuk masuk ke asuransi syari'ah, dengan hal tersebut dapat memberikan citra yang positif kepada asuransi syari'ah.

Menurut responden al-amanah adalah sebuah kepercayaan yang harus disampaikan dan dijaga,<sup>6</sup> dan memberikan saran diharapkan harus menjaga al-amanah yang diberikan oleh para nasabah dan benar-benar menjalankannya dengan baik agar para nasabah

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan responden pada tanggal 23 Juni 2008

<sup>6</sup> *Ibid.*

mendapatkan kepuasan dan bisa melanjutkan kerjasama dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.<sup>7</sup>

### C. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang digunakan analisis regresi sederhana. Dari hasil estimasi perhitungan yang menggunakan bantuan program SPSS maka dapat dihasilkan:

#### 1. Model Summary

Dari hasil perhitungan SPSS, model summary penelitian dapat dijelaskan pada tabel 4.7

Tabel 4.7 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 <sup>(a)</sup>	,410	,404	3,869

Sumber: lampiran 27

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai R square menunjukkan 0,410, yang berarti bahwa peranan variabel independen (dalam hal ini kualitas pelayanan) dalam mempengaruhi variabel dependennya (yaitu kepuasan nasabah) hanya 41,0 persen sedangkan 59,0 persen variabel

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

dependen-nya (kepuasan nasabah) dipengaruhi oleh faktor lain atau faktor yang tidak diteliti dalam model regresi.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang salah satunya yaitu karena emosional. Maksudnya adalah, orang tertarik untuk asuransi syari'ah karena alasan-alasan keagamaan, atau karena ingin mengetahui prinsip-prinsip ekonomi Islam. Ini adalah PR bagi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang untuk menunjukkan atau membuktikan bahwa tidak hanya memakai nama syari'ah atau Islam saja tetapi benar-benar membuktikan dalam prakteknya bahwa benar-benar menggunakan prinsip syari'ah.

Kemudian dari produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang yang sifatnya meningkatkan keimanan kita contohnya seperti Takaful Al-Khairat Individu. Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris bila peserta mengalami musibah kematian dalam masa perjanjian. Kemudian program Takaful Dana Haji adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana. Dari kesemuanya ini 50% pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah tetapi dari faktor-faktor yang sudah disebutkan di atas. Dan menurut responden bergabung dengan asuransi takaful, faktor dasarnya adalah karena "Saya seorang muslim dan takaful ini adalah merupakan produk Islam". Kalau bukan seorang muslim yang memakai produk muslim itu sendiri lalu siapa lagi dan ini

merupakan produk yang halal yang di dalamnya menjalani prinsip-prinsip syari'ah.<sup>8</sup> Sarannya lebih ditingkatkan lagi pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang untuk para nasabahnya dan benar-benar menggunakan prinsip-prinsip syari'ah yang sudah dijanjikan.<sup>9</sup>

## 2. Anova

Dari hasil perhitungan SPSS, analisis Anova atau analisis simultan model penelitian dapat dijelaskan pada tabel 4.8

Tabel 4.8 Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean		
			Square	F	Sig.
1 Regression	1021,235	1	1021,235	68,231	,000 <sup>a</sup>
Residual	1466,805	98	14,967		
Total	2488,040	99			

Sumber : lampiran 27

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari F sebesar  $0,000 <$  (lebih kecil dari) P value sebesar 0,05. Hal ini berarti variabel independen secara simultan dapat menjelaskan variabel dependennya, atau kualitas pelayanan secara simultan dapat menjelaskan kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat menjelaskan kepuasan nasabah. Indikator pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang

<sup>8</sup> Wawancara dengan responden pada tanggal 23 Juni 2008

<sup>9</sup> *Ibid*

adalah kepuasan kepada nasabahnya. Indikatornya yaitu, pertama *Reability* adalah kehandalan para karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan, dan tepat waktu serta pelayanan yang sama pada setiap nasabah. Kedua *Responsiveness* adalah ketanggapan para karyawan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah. Ketiga *Surance* adalah keyakinan atau jaminan, para karyawan harus memberikan keyakinan dengan cara memperlihatkan pengetahuan, kemampuan, sopan santun dan sifat dapat diperkaya yang dimiliki oleh para karyawan. Yang keempat *Emphaty* adalah kepedulian yang diberikan karyawan kepada nasabah dan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual antar pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Tetapi dengan tidak membedakan nasabah yang satu dengan yang lain. Kelima *Tangible* adalah berwujud atau bukti nyata. Diperlihatkan dengan penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar.

### 3. Coefficients

Dari hasil perhitungan SPSS, analisis *coefficients* digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Err	Beta		
1 (Constant)	14,695	4,878		3,013	,003
Kualitas Pelayanan	,618	,075	0,641	8,260	,000

Case: 100

Sumber : lampiran 27

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi t sebesar  $0,000 < (lebih\ kecil\ dari)\ P_{value}$  sebesar 0,05. Hal ini berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen penelitian secara signifikan, atau kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan pendapat Handi Irawan D., dalam bukunya yang mengatakan bahwa ada lima driver utama kepuasan pelanggan atau yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu driver pertama adalah kualitas produk, driver kedua adalah harga, driver ketiga *service quality* (kualitas pelayanan), driver keempat *emotional factor* dan driver kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa driver ketiga yaitu *service quality* (kualitas pelayanan) mempengaruhi kepuasan nasabah yang ada di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Dan kualitas

pelayanan tersebut menurut Parasurasan, Zeith dan Berry ada lima indikator yang sudah dijelaskan pada bab II.

Secara matematis model regresi hasil penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:  $Y = 14,695 + 0,618 X$

dimana:

Y = kepuasan nasabah

X = kualitas pelayanan



## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN-SARAN DAN PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian di atas dan penelitian yang penulis lakukan tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Melihat hasil analisa data, maka dapat disimpulkan bahwa nilai indeks kualitas pelayanan (IKP) yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 71,76. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, dalam kategori **Baik**. Namun demikian kualitas pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan skala prioritas, terutama pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempunyai nilai IKP terendah terutama pada indikator tangibles.
2. Dari hasil analisa data dapat disimpulkan bahwa nilai indeks kepuasan nasabah (IKN) dalam melakukan hubungan dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang adalah 69,15. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dalam kategori **Puas**, namun nilai IKN mendekati nilai kritis, maksudnya nilai IKN mendekati batas atas nilai interval IKN dengan kategori cukup puas yaitu antara 69,00 s/d 84,00. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban dan tanggung jawab dari PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang dalam menyediakan pelayanan dalam rangka mewujudkan kualitas pelayanan yang prima yang

dapat meningkatkan kepuasan nasabah sehingga terjadi hubungan timbal balik atau kemitraan yang baik. Untuk itu diperlukan suatu skala prioritas untuk peningkatan kepuasan nasabah, terutama pada indikator-indikator kepuasan nasabah yang mempunyai nilai IKN terendah, terutama pada indikator, terhindar dari riba (halal) dan al-amanah, dalam kegiatan bisnis hendaklah seorang muslim selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka, ia hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah di dalam Al-Qur'an, misalnya:

- a. Hendaklah mereka mendahulukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat ketimbang keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia.
  - b. Mendahulukan sesuatu secara moral bersih dari pada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun misalnya yang disebut terakhir mendatangkan banyak keuntungan yang lebih besar.
  - c. Mendahulukan pekerjaan yang halal daripada yang haram
3. Nilai signifikansi  $t$  sebesar  $0,000 < (\text{lebih kecil dari}) P_{\text{value}}$  sebesar  $0,05$ . Hal ini berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen penelitian secara signifikan, atau kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang.

## **B. Saran-saran**

Beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat sebagai masukan dapat disebutkan sebagai berikut:

1. PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang baik. Dengan mempertimbangkan skala prioritas, terutama pada indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempunyai nilai indeks kualitas pelayanan terendah.
2. PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang bisa lebih meningkatkan kepuasan nasabah terutama pada indikator-indikator yang mempunyai nilai indeks kepuasan nasabah terendah. Karena nasabah yang puas akan berbagi kepuasan dengan penyedia jasa. Bahkan, nasabah akan berbagi rasa dan pengalaman dengan nasabah lain.
3. Lebih ditekankan kepada karyawan, bahwa nasabah harus didahulukan kepentingan mereka agar nasabah dalam bertransaksi dengan PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang merasa mereka sangat dibutuhkan dan dihargai. Agar para nasabah mendapatkan kepuasan sehingga terjadi hubungan timbal balik atau kemitraan yang baik.

## **C. Penutup**

Demikianlah sekilas pembahasan mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang. Tiada untaian kata yang keluar dari lisan ini kecuali rasa puji syukur kepada Allah SWT. Karena hanya Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya penulis diberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh

semangat dan tegar, serta berkat bimbingan, arahan, dan dorongan dari semua pihak skripsi ini dapat tersusun dengan rapi dan baik.

Dengan segala kekuatan dan kemampuan serta rasa rendah hati penulis curahkan untuk menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan masih banyak kekeliruan serta kesalahan.

Oleh karena itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca dan khususnya bagi penulis pribadi. Amin....

## DAFTAR PUSTAKA

- Agis, Cacac S., dkk., *Modul Pengetahuan Dasar*, Jakarta: Trendi, 2005.
- Ali, A.M. Hasan, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis*, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2004.
- Amrin, Abdullah, *Asuransi Syariah; Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993.
- Bugin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, Cet. II, 2006.
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Kumudasmoro Grafindo, 1994.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: PT. Toha Putera
- Djazuli, H. A. dkk., *Lembaga Perekonomian Umat*, Cet. II Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Dokumentasi PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang*
- El junusi, Rahman SE., MM., *Analisis hubungan individual rank profesionalisme auditor intern hasil kerja lembaga keuangan syari'ah*, Semarang: DIPA IAIN Walisongo, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan pada Bank Syariah (Studi pada Bank Syari'ah Cabang Semarang)*, Semarang: Pusat Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2002.
- Gerson, Richar, F., *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Terjemahan Hesty Widyaningrum Cet. III, Jakarta: PPM, 2004.
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.
- Kartajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung,: Mizan, 2006.
- Kotler, Philip, dkk., *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, terjemahan Pandi Ciptono, Yogyakarta: Andy and Pearson Education Asia, 1999 Ed.I.

- Lubis, Suhrawardi K., *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2002.
- Mas'ad, A. Ghufron, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Nasution, S., *Metode Reseach*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Nazir, Moh, Ph.D., *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1985, hlm. 63.
- Nugroho, Bhuono, Agung, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005.
- PT. Asuransi Takaful Keluarga Semarang, wawancara dengan Bpk. Abdurrahman, tgl 23 Januari 2007
- \_\_\_\_\_, Wawancara dengan Abdurrahman, tgl 15 Agustus 2007
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah; Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. ke 1, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Sugiarto, Ir. Endar, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Sula, Muhammad Syakir, AAIJ. FIIS, *Asuransi Syariah*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Rajawali Pers, Jakarta, 1991.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: ANDI, 2006.
- Wawancara dengan responden tanggal 23 Juni 2008.
- Widyaningsih, et. all., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Cet. I, Jakarta: Prenada Media, 2005.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Yulia Sulistya Ukiningtyas  
Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 22 Juli 1984  
Alamat asal : Jati Jajar II Rt. 05 Rw. 09 Kelurahan Jati Jajar  
Kecamatan Cimanggis Depok Jawa Barat

### Jenjang Pendidikan:

- |  |                  |
|--|------------------|
| 1. SDN Suka Maju Baru II                     | Lulus tahun 1996 |
| 2. MTS Daarussalam                           | Lulus tahun 1999 |
| 3. MA Daarussalam                            | Lulus tahun 2002 |
| 4. IAIN Walisongo Semarang Fakultas Syari'ah | Masuk tahun 2003 |

Semarang, 01 Juli 2008

Penulis,

**Yulia Sulistya Ukiningtyas**