

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi informasi sudah berkembang dari yang berawal manual menjadi terkomputerisasi. Perkembangan sistem informasi yang sangat cepat dengan melibatkan teknologi komputer ini telah di manfaatkan oleh perusahaan dengan tujuan agar kinerja dan kelangsungan hidup perusahaan semakin meningkat. Diharapkan, dengan penerapan sistem teknologi informasi perusahaan khususnya di PT Taspen (persero) yang menghadirkan Aplikasi Taspen Otentikasi agar mampu mendapatkan input informasi yang nantinya akan menghasilkan output keputusan yang dapat di andalkan sehingga mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja suatu organisasi. Aplikasi Otentikasi Taspen adalah salah satu cara lain untuk absensi agar pensiunan tidak harus datang ke Bank bayar atau Kantor Pos untuk mengambil uang pensiun, karena aplikasi absensi secara online ini dapat langsung di lakukan di manapun dan kapanpun guna untuk mencairkan dana pensiunan mereka yang secara otomatis akan langsung dikirimkan melalui rekening mereka masing-masing.

Kebutuhan manusia akan informasi semakin meningkat, peningkatan ini sejalan dengan perkembangan ilmu teknologi. Di era modern ini, asuransi atau pertanggung jawaban sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah melakukan perjanjian asuransi dengan perusahaan asuransi milik negara maupun milik swasta. Hal ini karena setiap orang pasti

mempunyai risiko yang mungkin akan terjadi dalam perjalanan hidupnya. Risiko dapat datang dari unsur ketidaksengajaan maupun dari unsur kecerobohan dari manusia itu sendiri. Seseorang tidak ingin menderita dan selalu berusaha mencegahnya, ataupun menanggulangi resiko yang mungkin akan terjadi.

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perasuransian dengan cara seseorang mengikatkan diri kepada perusahaan untuk mendapatkan perlindungan terhadap jiwa mereka di masa yang akan datang. Macam-macam asuransi yang terdapat di Indonesia yaitu asuransi kerugian terdiri dari asuransi untuk harta benda (*property*, kendaraan), kepentingan keuangan (*pecuniary*), tanggung jawab hukum (*liability*) dan asuransi diri (kecelakaan atau kesehatan).

Di Semarang terdapat perusahaan asuransi milik negara yaitu PT TASPEN (Persero) Kantor Cabang Semarang. Perusahaan ini berbeda dengan perusahaan asuransi lainnya karena PT TASPEN merupakan badan usaha milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang asuransi tabungan hari tua dan dana pensiun bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Asuransi tabungan yang dikelola oleh PT TASPEN ini secara khusus mengelola Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri bagi ASN dan Pejabat Negara. Sebagai penyelenggara jaminan sosial Aparatur Sipil Negara atau ASN juga Pejabat Negara, PT TASPEN (Persero) memiliki beberapa program untuk mendukung pensiunan ASN: (1) Jaminan Kecelakaan Kerja, (2) Tabungan Hari Tua, (3) Program Pensiun, (4) Jaminan Kematian. Dengan mengetahui beberapa program tersebut, prosedur/pengelolaan

laporan skripsi ini yang akan difokuskan hanya dua program yaitu Tabungan Hari Tua dan Program Pensiun.

Program pensiun adalah program yang disiapkan agar ASN atau peserta Taspen dapat menghadapi masa pensiun dengan baik. Program pensiun ini merupakan penghasilan yang diterima oleh peserta program setiap bulan sebagai jaminan hari tua dan sebagai bentuk penghargaan atas jasanya mengabdikan pada Negara. Penerima pensiun memiliki hak atas pensiun sendiri, pensiun janda/duda, pensiun yatim/piatu, pensiun orang tua, pensiun terusan, uang duka wafat, dan pengembalian nilai tunai iuran pensiun bagi peserta yang diberhentikan tanpa hak pensiun. Peserta juga wajib melaporkan perubahan data peserta dan keluarga dan melakukan *update* status.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap

perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa (Tjiptono, 2011). Bricci, Fragata, dan Antunes (2016) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor yang menghasilkan kepercayaan dalam perusahaan yang menawarkan produk atau layanan. Semakin banyak kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk, maka kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk yang dimilikinya semakin kuat. Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *RATER* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap). (Tjiptono, 2006).

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Menurut Norhermaya dan Soesanto (2016), membentuk kepercayaan

pelanggan merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Menurut Danesh, Nasab, dan Ling (2012), kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan pihak untuk rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi kepercayaan atau terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain tersebut. Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan, seperti Widiyanto yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016). Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016) menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sahanggamu, Mananeke, dan Sepang (2015) membuktikan adanya pengaruh kepercayaan secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Gul (2014) juga membuktikan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Pelanggan yang semakin tidak puas menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepercayaan yang rendah kepada perusahaan seperti Leninkumar (2017) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Demikian juga dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Bricci, Fragata, dan Antunes (2016) yang meneliti pelanggan dari sektor produk kebersihan dan pembersihan profesional di Viseu-Portugal membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada sektor distribusi di Portugal.

Selain kepercayaan, faktor berikutnya adalah persepsi risiko. Menurut Schiffman & Kanuk (2004) persepsi merupakan suatu proses dimana individu memilih, menyusun, dan menginterpretasikan rangsangan ke dalam gambaran dunia yang berhubungan dan bermakna. Sedangkan menurut Chaplin (1999) persepsi merupakan proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera. Proses ini dimulai dengan perhatian, yaitu proses pengamatan selektif. Di samping itu persepsi merupakan upaya mengamati dunia, mencakup pemahaman dan mengenali atau mengetahui objek-objek serta kejadian. Menurut Schiffman & Kanuk (2004), konsep resiko yang diterima oleh konsumen merupakan suatu perasaan bahwa keputusan yang dibuat oleh konsumen akan menghasilkan konsekuensi dimana ia tak dapat mengantisipasinya dengan suatu perkiraan yang pasti. Selain itu, menurut Harrel (1986) resiko merupakan perasaan yang dirasakan oleh pembeli bahwa pembeliannya terhadap suatu produk tertentu dapat menghasilkan suatu konsekuensi yang tidak menyenangkan. Setelah di dapat dua pengertian di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pengertian persepsi resiko adalah proses dimana seorang konsumen menerima, mengenali, dan memahami rangsangan yang datang pada dirinya, melalui indera-indera yang ada dan menimbulkan perasaan bahwa keputusan pembelian yang dibuatnya memiliki kemungkinan mendatangkan konsekuensi yang tidak menyenangkan.

Faktor berikutnya adalah kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2000). Adapun dimensi yang menjadi

indikator kualitas pelayanan adalah *tangible* (berwujud) misalnya Papan petunjuk informasi pelayanan terlihat cukup jelas, *empathy* (empati) misalnya) Petugas pelayanan menanggapi keluhan pensiunan Pegawai Negeri Sipil serta bersikap ramah dan sopan, *Responsiveness* (daya tanggap) misalnya Petugas selalu siap sedia dalam memberikan bantuan kepada pensiunan Pegawai Negeri Sipil (PNS), *reliability* (keandalan)), dan *Assurance* (jaminan). Kualitas pelayanan di PT Taspen (Persero) sampai saat ini tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa pelanggan/nasabah yang masih kurang puas terhadap pelayanan di PT Taspen (Persero). Maka perlu dilakukan penyempurnaan bagi karyawan, karena kinerja karyawan di PT Taspen (Persero) sudah cukup baik, tetapi banyak karyawan yang tidak ingin berubah menjadi lebih baik lagi sehingga kinerja menjadi kurang optimal. Untuk memperbaiki kinerja tersebut, bisa dilakukan dengan cara *coaching conseling*, dan *desending* (wewenang atau tugas Kepala Cabang, Kepala Bidang, Kepala Seksi, sampai pelaksananya).

Berdasarkan pengamatan awal yang telah dilakukan di PT TASPEN (Persero) Cabang Semarang, terdapat beberapa permasalahan mengenai pelayanan dan pengoperasian pembayaran program pensiun. Masalah yang ditemui yaitu terdapat nasabah yang kurang memahami prosedur pembayaran program pensiun. Kondisi tersebut dapat ditunjukkan dari beberapa nasabah yang tidak dan kurang mengerti di dalam menggunakan aplikasi Otentikasi Taspen yang telah di sediakan untuk mengganti absensi yang sebelumnya di lakukan secara manual menjadi lebih praktis, di karenakan PT Taspen memanfaatkan perkembangan teknologi sehingga di maksudkan agar para nasabahnya tidak harus datang secara

langsung ke kantor bayar tetapi dapat di lakukan secara langsung dan dimanapun hanya dengan memanfaatkan *smartphone* yang mereka miliki, sehingga pencairan dana pensiun mereka dapat otomatis cair dengan dikirim melalui rekening masing-masing nasabahnya.. Kondisi tersebut dikarenakan nasabah PT.Taspem yang merupakan pensiunan ASN yang usia nya sudah 60 tahun ke atas, tidak di pungkiri banyak dari mereka yang tidak bisa dan bahkan tidak mempunyai *smartphone* dan tentu menghambat jalannya pelayanan pembayaran kepada nasabah, sehingga berpengaruh terhadap lamanya pembayaran dan berdampak pada kepuasan pelayanan yang diterima. Selain itu, dari segi kecepatan pelayanan yang telah dilakukan bahwa waktu penyelesaian sebagian pelayanan pembayaran pensiun yang ada di PT TASPEN (Persero) Cabang Semarang belum sesuai dengan ketentuan standar waktu pelayanan yang ditetapkan oleh instansi. Berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan di PT TASPEN (Persero) Cabang Semarang hanya menempatkan 2 pegawai untuk melakukan rekam data (*enrollment*). Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya antrian panjang para nasabah yang akan mengurus pengambilan program pensiun.

Berdasarkan pada wawancara dengan salah satu pegawai Divisi Pelayanan dan Manfaat PT TASPEN (Persero) Cabang Semarang, bahkan masih terdapat nasabah yang tidak memperbaharui data diri dan keluarga melalui pengisian Surat Pernyataan Tanda Bukti Diri (SPTB). Padahal, nasabah penerima program pensiun memiliki kewajiban mengisi SPTB pada setiap tahun ganjil sebagai perbaharuan data pribadi dan keluarganya untuk menentukan besarnya pensiun yang diberikan. Apabila ketentuan tersebut tidak dilakukan oleh nasabah, maka

akan mengakibatkan pencairan program pensiun akan dihentikan sementara. Kondisi ini belum diketahui penyebab nasabah tidak melakukan perbaharuan data. Apabila kondisi ini dialami oleh kebanyakan nasabah yang mengakibatkan terhentinya pembayaran program pensiun, maka akan mengakibatkan pelayanan menjadi kurang efektif.

Berdasarkan permasalahan diatas, menunjukkan bahwa masih ada permasalahan yang muncul pada PT.Taspen (Persero) yang bisa saja berdampak pada kepuasan nasabahnya. Permasalahan tersebut ditunjukkan dari adanya beberapa keluhan nasabah terutama mengenai kepercayaan mereka, persepsi risiko data diri mereka, serta kualitas pelayanan yang masih belum optimal. Keluhan-keluhan tersebut diterima oleh pengelola baik melalui sosial media maupun secara langsung yang diutarakan oleh konsumennya. Keluhan yang berhubungan dengan kepercayaan diantaranya seperti rasa yang belum sesuai harapan pelanggan di karenakan hanya menempatkan 2 pegawai yang harus melayani begitu banyaknya nasabah, di khawatirkan ada kesalahan dalam menginput data di karenakan kecapekan. Keluhan yang berhubungan dengan persepsi risiko muncul karena nasabah merasa setelah data dirinya di input mereka khawatir akan kebocoran informasi data diri mereka di karenakan harus menggunakan aplikasi Otentikasi taspen tersebut. Sedangkan keluhan yang berhubungan dengan kualitas layanan adalah mengenai keandalan karyawan yang masih kurang dalam memberikan pelayanan, di karenakan untuk melakukan rekam data diri hanya menempatkan 2 pegawai untuk melayani pensiunan yang sangat banyak sehingga harus mengantri lama untuk melakukan rekam data itu

Adanya keluhan-keluhan tersebut tentu saja harus segera diperbaiki dengan cepat oleh Kepala SDM PT. Taspen yang berwenang. Hal ini dikarenakan jika membiarkan dan tidak menghiraukan masalah tersebut, maka bukan tidak mungkin nasabah akan merasa kebingungan dan resah untuk mengurus hak mereka. Hal tersebut tentu saja akan berdampak pada kepuasan nasabah di PT.Taspen (Persero) Cabang Semarang, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan pelayanan yang diinginkan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang “**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI OTENTIKASI TASPEN (Studi pada Nasabah PT.Taspen (persero) KCU Semarang)**”.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian yang di paparkan di latar belakang, maka rumusan masalah yang hendak di ajukan adalah bagaimana membangun kepuasan nasabah (pensiunan) terhadap penggunaan aplikasi Taspen Otentikasi. Analisis dilakukan dengan mengambil salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu kepercayaan, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu pertanyaan yang di ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh dari kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang?

2. Bagaimana pengaruh dari persepsi risiko terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang?
3. Bagaimana pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Aplikasi Otentikasi Taspen di Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan atau teori-teori yang bersangkutan dengan manajemen pemasaran, terutama mengenai teori pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan mengenai teori-teori penelitian dan pengalaman penelitian dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah.

b. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi atau bahan pertimbangan bagi pihak PT. Taspen khususnya pengembang aplikasi Otentikasi Taspen agar dapat digunakan sebagai informasi untuk menciptakan kepuasan Nasabah nya.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi pada penelitian yang akan datang untuk dapat lebih mengembangkan dan menyempurnakan penelitian ini.

