

Analisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah: Studi Kasus asuransi jiwa bersama Bumiputera 1912

Muhammad Fadhil Izzaini

Program Studi Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 220503110040@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

pengaruh; citra perusahaan; asuransi; loyalitas nasabah

Keywords:

influence; company image; insurance; customer Loyalty

ABSTRAK

Perusahaan Asuransi merupakan perusahaan yang mengayomi dibidang pembiayaan dan pengalihan resiko, resiko dapat terjadi tanpa adanya tanda-tanda atau terjadi secara tiba-tiba, sehingga harus ada persiapan untuk menghadapi resiko tidak terduga tersebut. Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera merupakan salah satu Perusahaan asuransi pionir dan tertua di Indonesia, sebagai salah satu perusahaan asuransi tertua, tentunya banyak permasalahan yang telah dihadapi oleh perusahaan ini, terutama adanya isu penyelewengan dana oleh Perusahaan AJB Bumiputera, hal itu disebabkan karena adanya kesalahan dalam manajemen SDM, pemilihan SDM yang kurang berkompeten dan ahli menjadi salah satu akar masalah yang kemudian menjadi masalah besar bagi perusahaan tersebut. Banyaknya masalah didalam tubuh perusahaan tersebut menyebabkan hilangnya kepercayaan nasabah, dan hal ini mempengaruhi citra perusahaan yang merupakan aspek penting bagi semua perusahaan, sehingga dilakukan penelitian terkait pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dan hasilnya citra perusahaan sangat mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah, citra perusahaan yang baik akan menarik nasabah yang loyal dan menarik nasabah lainnya..

ABSTRACT

Insurance companies are companies that protect in the field of financing and risk transfer, risks can occur without any signs or occur suddenly, so there must be preparation to deal with these unexpected risks. Bumi Putera Joint Life Insurance Company is one of the pioneer and oldest insurance companies in Indonesia, as one of the oldest insurance companies, of course there are many problems that have been faced by this company, especially the issue of misappropriation of funds by the AJB Bumiputera Company, this is due to an error in human resource management, the selection of human resources who are less competent and expert is one of the root problems which then becomes a big problem for the company. The number of problems in the company's body causes a loss of customer trust, and this affects the company's image which is an important aspect for all companies, so research is carried out regarding the effect of company image on customer loyalty and the results of the company's image greatly affect customer loyalty, a good company image will attract loyal customers and attract other customers.

Pendahuluan

Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah menjadi sebuah topik yang menarik dalam konteks persaingan bisnis yang ketat, termasuk di industri asuransi. Citra perusahaan memiliki arti yaitu persepsi dan pandangan masyarakat atau nasabah terhadap suatu perusahaan. Persepsi ini terbentuk oleh berbagai faktor, seperti kualitas



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

produk, layanan, reputasi, komunikasi pemasaran, dan pengalaman nasabah terhadap perusahaan tersebut.

Pada studi kasusnya, yaitu pada Perusahaan Asuransi Bumiputra, pentingnya citra perusahaan menjadi hal yang lebih krusial. Sebagai salah satu perusahaan asuransi tertua di Indonesia, Bumi Putra memiliki catatan sejarah yang panjang dan hal itu dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap Perusahaan Asuransi Bumiputra, apakah dalam sejarah Perusahaan Asuransi itu terdapat rekam jejak yang buruk ataupun sebaliknya. Berdasarkan hal itu, Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana citra perusahaan Bumi Putra mempengaruhi loyalitas nasabahnya. Loyalitas nasabah sendiri merupakan komitmen yang mendalam untuk terus menggunakan produk atau layanan perusahaan tersebut meskipun ada faktor-faktor yang bisa membuat nasabah beralih ke perusahaan pesaing.

Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera atau yang dikenal dengan nama singkatan AJB Bumiputra 1912, merupakan salah satu perusahaan asuransi yang terkenal di Indonesia. Perusahaan ini mempunyai berbagai produk asuransi yang menarik seperti: Mitra Melati, Mitra Permata, Mitra Beasiswa dan lain lain. Perusahaan ini telah berdiri dan bertahan lebih dari satu abad lamanya. Selama berdiri, Asuransi Bumiputra selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia. Hal itu sesuai dengan komitmen dan tujuan awal dari berdirinya Asuransi Bumiputra yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat Indonesia. Asuransi Bumi putera saat ini sudah menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan menggunakan pendekatan modern tanpa melupakan nilai-nilai tradisional, yang memang telah melandasi Asuransi Bumiputra sejak awal berdirinya.

Namun dewasa ini, AJB Bumiputra dihadapkan dengan tingkat persaingan yang tinggi, dengan bermunculannya kompetitor disemua lini terutama di dunia perasuransian seperti Perusahaan AXA Insurance, Prudential, Manulife, Allianz, Commonwealth Life, Avrist, Jiwasraya, MNC Life, Mega Jiwa, Reliance Life, Capital Life, dan lain sebagainya, dengan semakin berkembangnya teknologi dimasa sekarang membuat setiap perusahaan ingin terlihat unggul dari perusahaan lain (Sabila & Firmansyah, 2022). Banyaknya pesaing di bidang perasuransian membuat setiap perusahaan asuransi berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik terhadap nasabah dan terus menumbuhkan citra positif agar terciptanya loyalitas nasabah. Terutama AJB Bumiputra, yang pernah menjadi perusahaan yang menguasai pangsa pasar terbesar dalam industri asuransi Indonesia. Namun demikian, popularitas tersebut perlahaan lahan mulai terkikis, dikarenakan adanya berbagai permasalahan yang dihadapi oleh AJB Bumiputra, salah satu diantaranya adalah pembayaran klaim yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Klaim sendiri berarti suatu tuntutan pemegang polis yang ditunjukan kepada pihak asuransi, atas sejumlah pembayaran uang pertanggungan atau nilai yang timbul karena terjadinya resiko. Menurut Farodis (2014) klaim asuransi adalah proses pengajuan yang dilakukan oleh peserta untuk mendapatkan uang pertanggungan setelah melaksanakan seluruh kewajiban kepada penanggung. Pada prinsipnya, tolok ukur kualitas dan profesionalisme jasa yang ditawarkan di dunia asuransi adalah bagaimana perusahaan Asuransi menyelesaikan klaim kepada pihak tertanggung (Suparni, 2018). Adanya klaim

yang tidak tersampaikan kepada nasabah menjadi masalah bagi suatu perusahaan Asuransi, dan ini merupakan permasalahan yang menarik untuk dibahas, terkait penyebabnya, kronologinya, dan bagaimana pengaruhnya terhadap citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

Adapun penelitian ini berfokus pada pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah, dengan menggunakan Perusahaan AJB Bumiputera 1912 sebagai studi kasusnya. Adapun data yang digunakan diperoleh dari survei terhadap pelanggan Bumiputera tahun 1912, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi pembaca, serta membantu perusahaan bersangkutan dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan strategi yang lebih efektif.

Pembahasan

Adapun pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner yang disebarluaskan dan diisi oleh responden yang kemudian diolah menjadi sebuah informasi. Responden yang dilibatkan dalam pengambilan data sebanyak 20 orang. Adapun pengukuran yang dilakukan menggunakan skala Likert dengan penilaian skor 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = kurang setuju, 2 = tidak setuju, 1 = sangat tidak setuju.

Hasil Uji Citra Perusahaan

Dalam kuisioner yang digunakan, terdapat beberapa pernyataan yang terkait dengan aspek personality, reputation, value, dan corporate identity yang menggambarkan 4 (empat) elemen citra perusahaan, berikut adalah tabel hasil uji citra perusahaan yang telah dikumpulkan.

Tabel 1. Hasil Uji Citra Perusahaan

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1	PT AJB Bumiputera merupakan perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dalam masyarakat			2	3	
2	PT AJB Bumiputera merupakan perusahaan yang dipercaya masyarakat sejak lama			2		3
3	PT AJB Bumiputera memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah dan calon nasabah	1			3	1
4	Nasabah mudah mengenali PT AJB Bumiputera lewat logo/simbol dan slogannya			1	2	2
JUMLAH		1		5	8	6

Berdasarkan tabel hasil uji citra perusahaan tersebut, dapat kita lihat bahwa citra perusahaan AJB Bumiputra di mata nasabah cenderung negatif. Penilaian ini berdasarkan indikator-indikator penting yang diukur, seperti tanggung jawab sosial, kepercayaan masyarakat, pelayanan kepada nasabah, dan pengenalan merek.

1. **Tanggung Jawab Sosial:** Perusahaan AJB Bumiputra dinilai memiliki tanggung jawab sosial yang kurang, hal ini dilihat dari hasil jawaban quisioner diatas yang menunjukkan hasil kurang setuju dan tidak setuju.
2. **Kepercayaan Masyarakat:** Perusahaan AJB Bumiputra pernah diakui sebagai perusahaan yang dipercaya oleh masyarakat dalam waktu lama, namun berdasarkan hasil quisioner diatas menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap perusahaan sejak lama merupakan hal yang tidak benar.
3. **Pelayanan kepada Nasabah:** Penilaian nasabah terhadap pelayanan perusahaan AJB Bumiputra cenderung rendah. Mayoritas responden tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, walaupun ada minoritas nasabah yang merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut, dan hal ini menunjukkan adanya masalah yang signifikan dalam interaksi perusahaan dengan konsumennya.
4. **Pengenalan Merek:** Nasabah kesulitan dalam mengenali perusahaan AJB Bumiputra melalui mereknya (logo dan slogan perusahaan), tetapi hal ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan secara keseluruhan, karena tanpa merek yang mudah dimengerti pun suatu perusahaan bisa membuat citra perusahaan yang baik dengan hal yang lain.

Secara keseluruhan, hasil uji menunjukkan bahwa perusahaan AJB Bumiputra memiliki citra perusahaan yang kurang positif. Hal ini dikuatkan dengan adanya berbagai laporan eksternal yang bermunculan di media sosial yang menyebutkan akan tantangan finansial dan operasional yang dihadapi AJB Bumiputra. Masalah likuiditas, utang klaim yang besar, serta penurunan pendapatan premi, menjadi hal yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap citra perusahaan dan persepsi tersebut cenderung negatif.

Hasil Uji Loyalitas Nasabah

Dalam kuisioner yang telah disebarluaskan, terdapat 3 pernyataan yang menunjukkan indikator-indikator terkait loyalitas nasabah, loyalitas nasabah sendiri dapat artikan sebagai keadaan dimana nasabah memiliki keputusan positif terhadap suatu produk atau jasa, memegang komitmen pada produk atau jasa tersebut dan melanjutkan penggunaannya pada masa yang akan datang (Kusniati & Saputra, 2020). Adapun indikator-indikator tersebut yaitu *transaction dimension*, *relationship dimension*, *ownership dimension* dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel 2 Berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Skor				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan			1	3	2
2	Pelayanan yang diberikan melebihi harapan dari nasabah	1		2	2	3
3	Anda merekomendasikan PT AJB Bumiputera kepada orang lain				3	3
JUMLAH		1		3	8	8

Berdasarkan hasil uji loyalitas nasabah terhadap perusahaan AJB Bumiputera, menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap perusahaan berada pada tingkat yang rendah. Berikut adalah hasil analisis dari uji loyalitas tersebut:

- Kepuasan Layanan:** Berdasarkan hasil uji diatas, sebagian besar nasabah merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh Perusahaan AJB Bumiputera. Hal ini dapat kita lihat dari tidak adanya nilai "Sangat Setuju" atau "Setuju" yang sering muncul untuk pernyataan ini, sementara banyak nasabah yang menilai dengan pernyataan "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju".
- Pelayanan Melebihi Harapan :** Berdasarkan Hasil Kuisioner diatas, mayoritas nasabah merasakan bahwa layanan yang diberikan oleh Perusahaan AJB Bumiputera tidak memenuhi, apalagi melebihi, harapan mereka. Sebagian besar responden memberikan skor rendah, dan ini menunjukkan bahwa layanan yang diterima tidak memadai, walaupun ada sebagian kecil responden yang merasa di berikan layanan secara baik dan melebihi harapan.
- Rekomendasi kepada Orang Lain :** Keloyalitasan nasabah terhadap perusahaan AJB Bumiputera dapat tercermin dari kesediaan mereka untuk merekomendasikan AJB Bumiputera kepada orang lain. Dan hasilnya menunjukkan bahwa kebanyakan nasabah tidak merekomendasikan perusahaan ini, dengan skor yang dominan pada kategori "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju" dan hal ini menunjukkan rendahnya loyalitas nasabah terhadap Perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil uji loyalty diatas menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap Perusahaan AJB Bumiputera sangat rendah. Faktor utama yang mempengaruhi rendahnya loyalitas ini adalah ketidakpuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik citra perusahaan, maka akan semakin meningkat pula loyalitas nasabah AJB Bumiputera begitu juga sebaliknya. perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan menggerakkan pembelian produk yang ditawarkan, meningkatkan daya saing, memotivasi karyawan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan

(Madaniah Nasution Andini & Suprayitno Eko, 2022). Akibat dari adanya permasalahan AJB Bumiputera yang tidak kunjung menemui titik terang, dan juga banyaknya nasabah yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, mengakibatkan citra perusahaan ini menjadi buruk di mata nasabah dan khalayak umum yang menyebabkan loyalitas nasabah juga menurun.

Ketidak puasan nasabah itu sebenarnya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan itu sendiri, adanya manajemen perusahaan yang tidak bekerja sebagaimana mestinya dan tidak memperdulikan terkait kesehatan keuangan Perusahaan, berikut sebagian kecil masalah internal yang dihadapi oleh Perusahaan AJB Bumi putera diantaranya terdapat pada Badan Perwakilan Anggota (BPA) sebagai sebagai perwakilan para pemegang polis. BPA sendiri adalah lembaga tertinggi di dalam struktur perusahaan AJB Bumiputera dan memiliki pengaruh dalam mengambil keputusan Perusahaan. Hal ini berdasarkan Ketentuan Anggaran Dasar Nomor 15 Bab IV Pasal 8 ayat (1) yaitu, Posisi BPA dan Pemegang Saham Pengendali (PSP) hampir sama, dibandingkan dengan perseroan terbatas. Bedanya, PSP lebih ditentukan oleh nilai kepemilikan, sementara BPA lebih bebas karena posisi para pemegang polis sama, bukan nilai polisnya. Dengan bentuk badan usaha yang mutual dan lebih demokratis, Bumiputera seharusnya dapat memperoleh hasil yang lebih baik. Seperti dengan adanya peningkatan dalam penerapan Good Corporate Governance, namun, hal itu tidak terjadi sesuai yang diharapkan oleh perusahaan.

Sepertinya proses pemilihan anggota BPA selama ini tidak berjalan dengan baik. Kepala kantor wilayah Bumiputera mengusulkan calon BPA dari masing-masing wilayah, yang terdiri dari sebelas anggota wilayah. Anggota BPA yang terpilih kemudian berhubungan dengan kepala wilayah Bumiputera yang mengusulkannya, yang mengarah pada pembentukan faksi Bumiputera. Berbeda dengan PSP di Perseroan Terbatas, BPA di perusahaan AJB Bumiputera ikut menentukan operasional dalam perusahaan. Intervensi BPA dalam manajemen sangat dalam, termasuk dalam pengadaan barang. Kekuasaan dan intervensi BPA yang terlalu dalam ini dapat mengganggu manajemen perusahaan yang baik. BPA tidak cepat menangani masalah strategis meskipun sangat intervensi dalam operasional perusahaan. Misalnya, berkaitan dengan kehilangan uang atau kekurangan yang dialami Bumiputera sejak tahun 1997. BPA tidak dapat membuat keputusan strategis atau membantu komisaris dan direksi Bumiputera untuk menyusun rencana penyehatan keuangan yang disetujui oleh regulator secara efektif. Ketidakmampuan BPA kemudian menyebabkan program penyehatan keuangan Bumiputera selalu gagal dan menyebabkan kerugian semakin meningkat. Saat ini, kaum Bumiputera telah mengalami kerugian sebesar lebih dari 20 triliun Rupiah dan kemungkinan besar akan terus meningkat.

Jika BPA benar-benar melakukan tugasnya, kerugian Bumiputera seharusnya sudah dikurangi sejak awal karena nilai kerugian masih sangat kecil. Bumiputera memiliki opsi pengakuan kerugian, yang dapat diterapkan kepada para pemegang polis, sebagai bagian dari bentuk badan usahanya yang mutual. Anggaran Dasar Bumiputera, Bab 38, mengatur hal ini. Karena BPA tidak bekerja sama dengan regulator, yaitu OJK, Bumiputera tidak dapat segera menyelesaikan masalahnya. Perilaku tidak kooperatif

BPA ditunjukkan oleh rencana penyehatan keuangan Bumiputera yang tidak kunjung disetujui oleh OJK serta pergantian direksi dan komisaris yang begitu tidak teratur.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian secara keseluruhan diatas menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan dalam kategori tidak baik. Hal ini diketahui dari indikator Personality, Reputation, Value, Corporate Identity, segi pelayanan yang secara keseluruhan berada dalam kategori rendah menurut tanggapan responden dan ini tentu berpengaruh terhadap citra perusahaan (Abror & Safitri, 2022). Hal ini disebabkan karena citra perusahaan yang dimiliki belum bisa meyakinkan kepada nasabah untuk berasuransi, selain itu, rekam jejak keuangan yang tidak sehat juga mempengaruhi citra perusahaan itu, pengalaman nasabah yang bermasalah dalam klaimnya ketika terjadi resiko menjadi hal yang tidak ingin mereka rasakan lagi baik terhadap diri mereka maupun keluarga terdekat mereka.

Selain citra perusahaan, penelitian yang telah dilakukan ini juga menunjukkan bahwa variabel loyalitas nasabah terhadap perusahaan dalam kategori kurang sekali. Hasil uji loyalitas nasabah terhadap Perusahaan AJB Bumiputera menunjukkan bahwa loyalitas nasabah terhadap perusahaan berada pada tingkat yang sangat rendah. Faktor utama yang mempengaruhi rendahnya loyalitas ini adalah ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Ketidak puasan ini disebabkan oleh sumber daya Manusianya yang kurang berkompeten dalam melayani nasabah dan pemilihan BPA yang kurang akurat dan mendalam, yang mana BPA itu sendiri merupakan komponen penting dalam manajemen keputusan, sehingga menyebabkan kekacauan dalam manajemen perusahaan dan pengambilan keputusan dikala kritis.

Adapun saran yang dapat di berikan adalah Perusahaan AJB Bumiputera mengembalikan citra baik mereka dimata nasabah, mereka harus memulai kembali dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, perusahaan harus meningkatkan komunikasi dengan pelanggan untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka. meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam operasional perusahaan, meningkatkan kualitas BPA, dan banyak hal lagi yang harus di restrukturisasi kembali, jika perusahaan AJB Bumiputera ingin bangkit lagi dari keterpurukan mereka.

Daftar Pustaka

- Abror, M. F. R., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bmt Mandiri Sejahtera Cabang Kranji Lamongan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 448–456.
- Farodis, Z. (2014). Buku Pintar Asuransi. Banguntapan Jogjakarta: Laksana.
- Kusniati, & Saputra, A. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa DI Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol 8(3), Hal 95.

- <https://ejurnal.unsrat.ac.id>
- Madaniah Nasution Andini, & Suprayitno Eko. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1205–1213. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>
- Sabila, F., & Firmansyah, F. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Dimasa Pandemi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Muamalat Malang Raya. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 377–386. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9516](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9516)
- Suparni, E. (2018). Pelaksanaan Klaim Asuransi Pada Asuransi Bumiputera 1912. WIDYA CIPTA Jurnal Sekretari dan Manajemen, II(1), 127.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Suratno,Aziz Fthoni, Andi Tri Haryono: 2016, Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening pada PT Pelabuhan Indonesia III Semarang. *Jurnal of Management*, Volume 2 no 2.
- Taswin, Trisnawati. 2013. Klaim Asuransi. Yogyakarta: Pohon Cahaya.