

**STRATEGY CUSTOMER RELATIONS
PT. ASURANSI JIWasRAYA HEAD OFFICE JAKARTA**

**(Study Deskriptif Strategi *Customer Relations* PT. Asuransi Jiwasraya Head
Office untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)**



**Disusun Oleh :
YULI MARGARINI
20020530126**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan ilmu Komunikasi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada

Hari/ tanggal : Selasa, 17 Oktober 2006
Pukul : 11.00 WIB
Tempat : Ruang E 1.5
Kampus Terpadu
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Susunan Tim Penguji :

Ketua



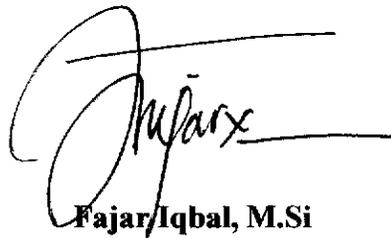
Sovia Sitta Sari M.Si

Penguji I



Aswad Ishak S.IP

Penguji II



Fajar/Iqbal, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Tidak ada kata atau bahkan sepenggal kalimat yang mampu mengungkapkan rasa syukur atas sebuah perjuangan dari jalan hidup yang panjang. Syukur alhamdulillah...puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan ridho dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**STRATEGY CUSTOMER RELATIONS PT. ASURANSI JIWASRAYA HEAD OFFICE** (Study Deskriptif *Strategy Customer Relations* PT. Asuransi Jiwasraya *Head Office* untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan). Tak lupa salawat serta salam tercurah kepada bimbingan nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju jaman ilmu pengetahuan.

Penulis sadar karya kecil ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak- pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini:

1. Bapak DR. Khoiruddin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Bambang Eka Cahya Widodo S.IP, M.Si , selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bu Tri Hastuti N.R.S.Sos. M,Si , selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

4. Bu Sovia Sitta S S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah sabar membimbing serta memberikan masukan-masukan sampai akhir penulisan skripsi ini.
5. Pak Aswasd S.IP, selaku dosen pembimbing II terima kasih atas bimbingannya sampai akhir penulisan skripsi ini.(Maaf ya pak sering ngeyel he he he).
6. Pak Fajar Iqbal M.Si, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk menguji skripsi ini.
7. Bp. Dafras, selaku ketua Devisi Pemasaran Jiwasraya yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di sana.
8. Bp. Mahpudin, selaku Kepala Divisi SDM Jiwasraya yang telah membantu proses perijinan untuk penelitian.
9. Bp. Supardi Sudiro selaku staf devisi pemasaran dan Ibu Wiwik selaku Humas Jiwasraya, terima kasih telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk melakukan wawancara.
10. Semua pihak dan teman- teman yang tidak dapt disebutkan satu per satu yang telah membantu penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi perbaikan lebih lanjut.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Oktober 2006

Penulis

Yuli Margarini

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiii
Abstraksi.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kerangka Teori.....	6
D.1.Kepuasan pelanggan.....	26
E. Metode Penelitian	38
1. Jenis Penelitian.....	38
2. Lokasi Penelitian	38
3. Jenis Data	39
4. Teknik Pengumpulan Data	39
5. Teknik Analisa Data.....	40
6. Teknik uji Keabsahan Data	42

BAB II. Gambaran Umum Perusahaan	44
A. Sejarah PT. Asuransi Jiwasraya	44
B. Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya	46
C. Tujuan Berdirinya Perusahaan.....	48
D. Visi. Misi. Dan Nilai- Nilai Perusahaan	49
a. Visi Perusahaan	49
b. Misi Perusahaan	49
c. Nilai- Nilai Perusahaan	51
E. Arti Warna Logo	52
F. Lingkup Usaha atau Produk	52
a. Asuransi Jiwa Individu	53
b. Jasa Investasi	55
G. Gambaran Personalia PT. Asuransi Jiwasraya	55
a. Pengadaan Tenaga Kerja	55
b. Tingkat Pendidikan karyawan	56
c. Sistem Pemberian Upah	56
d. Fasilitas dan Jaminan karyawan	57
e. Tata Tertib Karyawan.....	58
H. Daerah Pemasaran	61
BAB III. Penyajian Data dan Analisa Data.....	64
A. Penyajian Data.....	64
a. Program <i>Customer Relations</i> PT. Asuransi Jiwasraya	68

b. Tahapan Dalam Menangani Keluhan Pelanggan	83
c. Faktor Pendukung Kegiatan <i>Customer Relations</i>	89
d. Faktor Penghambat Kegiatan <i>Customer Relations</i>	91
e. Alasan Pemilihan <i>Strategy Customer Relations</i>	93
B.Analisa Data.....	96
BAB IV. Penutup	121
A. Kesimpulan	121
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Daerah Pemasaran PT. Asuransi Jiwasraya.....	61
--	----

ABSTRAKSI

Memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan bisnis asuransi saat ini. Perkembangan bisnis asuransi yang menunjukkan tren positif ditunjukkan semakin banyaknya nama-nama perusahaan asuransi baru bermunculan di pasaran. PT. Asuransi Jiwasraya sebagai sarana untuk menjamin finansial serta kesejahteraan sosial harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan demi terciptanya kepuasan pelanggan. PT. Asuransi Jiwasraya berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang berbeda dengan perusahaan lainnya namun pada kenyataannya ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Hal ini harus mendapat perhatian dari pelanggan demi kepuasan pelanggan oleh karena itu PT. Asuransi Jiwasraya harus mempunyai strategi yang tepat khususnya strategi yang berhubungan dengan pelanggan (*Customer Relations*). Ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh PT. Asuransi Jiwasraya dimana hal ini akan berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Berdasarkan permasalahan diatas menarik untuk meneliti bagaimana *Strategy Customer Relations* di PT. Asuransi Jiwasraya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *strategy customer relations* PT. Asuransi Jiwasraya serta untuk mengetahui alasan-alasan pemilihan dari *strategy customer relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ditengah persaingan yang ketat sekarang ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fakta tentang kegiatan *customer relations* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan study pustaka. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif artinya penelitian akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Sedangkan untuk mengukur validitas data digunakan triangulasi data.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kegiatan *customer relations* di PT. Asuransi Jiwasraya bertujuan untuk membina dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan *customer relations* sudah cukup baik namun tidak sedikit kekurangan yang harus dibenahi. Kegiatan *customer relations* di PT. Asuransi Jiwasraya dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, menangani setiap keluhan pelanggan, memberikan hadiah kepada pelanggan (*program reward*), mengirim kartu ucapan serta majalah *Jiwasraya magazine*. Dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan pelanggan, PT. Asuransi Jiwasraya memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, saran maupun kritik bagi perkembangan perusahaan melalui media yang disediakan. Dalam melaksanakan kegiatan *customer relations* terdapat faktor pendukung dan penghambat.