



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan

Didirikan pada tanggal 12 September 1956, Asuransi Astra merupakan anak perusahaan Astra International Tbk. yang bergerak di bidang asuransi umum. Pada awalnya Asuransi Astra berdiri dengan nama PT. Maskapai Asuransi Buana, hingga kemudian pada tahun 1981 PT. Astra International (All) mengakuisisi Sebagian besar saham dan pada 1990 mengubah logo dan namanya menjadi PT Asuransi Astra buana (Asuransi Astra) berikut *timeline* perjalanan Asuransi Astra hingga saat ini dari www.asuransiastra.com:

- **1995**

PT. Asuransi Astra Buana meluncurkan produk baru yaitu produk asuransi mobil Garda Oto.

- **2000**

Garda Oto menambah layanannya melalui Garda Akses dan Garda Siaga.

- **2005**

PT. Asuransi Astra Buana memperluas bisnis dengan mendirikan unit usaha Syariah.

- **2007**

Peluncuran layanan e-marine untuk pelanggan komersial oleh PT. Asuransi Astra Buana.

- **2008**

Salah satu produk dari Asuransi Astra yang cukup besar saat ini Garda Medika diluncurkan untuk menyediakan solusi asuransi Kesehatan korporat.

- **2014**

Pada tahun ini PT. Asuransi Astra Buana mengganti logo perusahaan dan meluncurkan identitas yang baru.

- **2015**

Dengan berkembangnya teknologi Asuransi Astra pertama kali meluncurkan aplikasi *Mobile* pertamanya yaitu Garda Mobile Otocare.

- **2016**

Asuransi Astra memperbanyak layanan yang bersifat *mobile* seperti Garda Mobile Otosurvey, Otosales, Hraksess, Craksess, dan Medcare.

- **2017**

Peluncuran Garda Oto digital sebagai saluran layanan penjualan baru produk Garda Oto.

- **2018**

Asuransi Astra meluncurkan *chatbot* pembelian asuransi GarXia dan empat produk asuransi digital yang terangkum dalam happyOne.id.

- **2019**

Pada tahun 2019, Asuransi Astra meluncurkan Garda Mall, fitur terbaru dalam aplikasi Garda Mobile Otocare yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan beragam pembelian kebutuhan otomotif, produk keuangan Astra Financial, hingga jual beli mobil bekas.

Sebagai pemimpin pasar dalam industri asuransi umum di Indonesia, Asuransi Astra terus berinovasi untuk memberikan solusi yang komprehensif agar dapat memenuhi kebutuhan setiap pelanggan. Solusi yang ditawarkan meliputi produk asuransi kendaraan bermotor, kesehatan, dan berbagai produk asuransi komersial.

Asuransi Astra sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan izin usaha bernomor S.6364/LK/1995 dari Departemen Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Lembaga Keuangan.

2.1.1 Visi Perusahaan

Visi dari Asuransi Astra adalah “ Memberikan rasa aman dan tenteram kepada jutaan pelanggan.”

2.1.2 Misi Perusahaan

Asuransi Astra memiliki misi sebagai berikut :

- Memberikan rasa aman dan tenteram bagi pelanggan kita.
- Bersama mewujudkan kehidupan bekerja yang mendukung berkembangnya setiap individu.

- Memberikan kepastian kepada para pemegang saham bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik untuk investasi jangka panjang.
- Menjadi warga usaha yang melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengelola lingkungan hidup secara berkesinambungan.

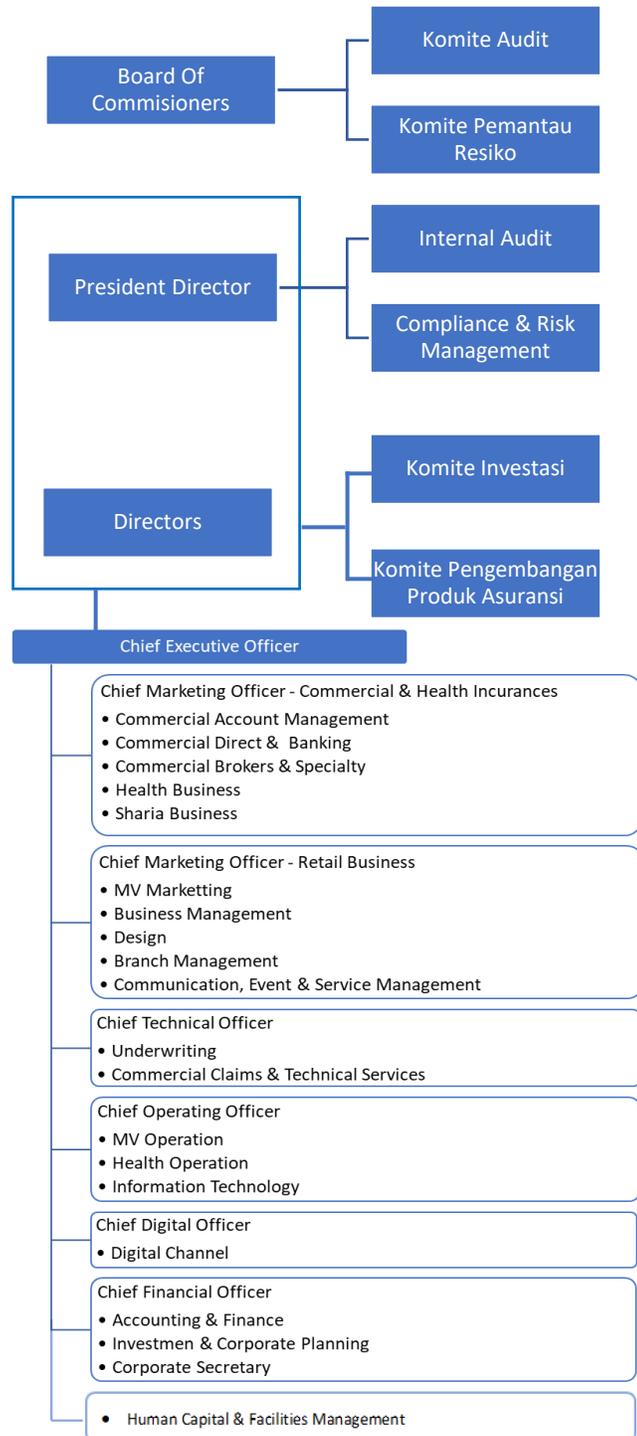
2.1.3 Tata Nilai Perusahaan

Nilai-nilai yang dimiliki oleh Asuransi Astra sebagai tim adalah sebagai berikut:

- *Pursuit of excellence* Terus menerus berupaya lebih untuk memperoleh hasil terbaik bagi semua pihak.
- *Customer first* Menempatkan rasa aman dan tenteram pelanggan sebagai landasan utama setiap tindakan.
- *Respect* Menciptakan suasana keterbukaan dan menghargai harkat serta martabat setiap orang.
- *Fun* Menciptakan suasana dan lingkungan kerja yang menyenangkan, penuh semangat, dan gairah bekerja, serta keceriaan. dalam segala hal yang kami lakukan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2 1 Struktur Organisasi



(Sumber : Penulis 2020)

2.3 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Asuransi

Dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang pada Pasal 246 K.U.H.D, dijelaskan bahwa asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu. Kemudian (Francois, 1998) mengatakan bahwa kontrak asuransi adalah dimana penanggung melakukan penilaian untuk melakukan pembayaran kepada orang lain, pemegang polis ataupun pihak ketiga, jika sesuatu yang menjadi objek risiko terjadi, dimana menurut (Mayer, Warner, Siedel, & Lieberman, 2012) penanggung adalah pihak yang menyetujui dan menjanjikan ganti rugi atas risiko dari jenis kerugian tertentu, dan tertanggung adalah pihak yang dijaminakan oleh penanggung dan menerima ganti rugi dari pihak penanggung.

2.3.1 Prinsip Asuransi

Sebagai suatu bisnis, asuransi memiliki prinsip-prinsip untuk melakukan penerimaan pertanggungan risiko pemegang polis. Prinsip-prinsip tersebut menurut (Francois, 1998) adalah :

- *Insurable Interest*

Untuk melakukan klaim, seseorang harus memiliki kepentingan finansial terhadap objek yang dijaminakan oleh asuransi untuk secara

legal dapat terjangkau oleh asuransi. *Insurable interest* ini tidak perlu ada disaat pembelian asuransi namun harus ada disaat risiko atau kerugian terjadi. Sebagai contoh dalam asuransi kesehatan ada pengeluaran medis sebagai kepentingan finansial.

- *Utmost Good Faith (Uberrima Fides)*

Setiap pihak dalam kontrak akan memberikan seluruh fakta mengenai risiko yang ditanggung, secara jujur. Segala informasi mengenai risiko yang ditanggung, apabila ditutupi atau di salah artikan secara sengaja maupun tidak sengaja, dapat membatalkan kontrak.

- *Indemnity*

Kontrak atau perjanjian dimana penanggung melakukan penilaian untuk melakukan pembayaran kepada orang lain, pemegang polis ataupun pihak ketiga, jika sesuatu yang menjadi objek risiko terjadi.

- *Subrogation*

Untuk mencegah terjadinya klaim pertanggung pada kerugian yang sama perusahaan asuransi memiliki hak *Subrogation*. Setelah penanggung telah menyelesaikan pembayaran ganti rugi atas kerugian tertanggung, tertanggung bertanggung jawab atas hal yang dapat merugikan dari pihak ketiga.

- *Contribution*

Apabila suatu objek kerugian yang ditanggung kepada lebih dari satu penanggung, maka penanggungan akan ditanggung oleh para penanggung sesuai dengan kewajiban masing-masing penanggung.

2.3.2 *Quality Management*

Menurut (Heizer & Render, 2011) *Quality* atau kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakter dari sebuah produk atau layanan yang dapat memberikan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk membangun kualitas yang baik dibutuhkan adanya lingkungan TQM atau *Total Quality Management*, berikut adalah 7 konsep dari TQM :

- *Continuous Improvement*

TQM membutuhkan penyempurnaan yang berkelanjutan dan tidak pernah berakhir meliputi manusia, perlengkapan, peralatan, material, dan prosedur. Filosofi dasarnya adalah setiap aspek dari sebuah operasi bisa disempurnakan, dan tujuan akhirnya tentu adalah kesempurnaan, yang sebenarnya tidak akan bisa tercapai namun akan selalu dicari.

- *Six Sigma*

Suatu program untuk menghemat waktu, meningkatkan kualitas dan menekan biaya

- *Employee Empowerment*

Melibatkan pekerja dalam setiap langkah proses produksi

- *Benchmarking*
Memilih suatu standar performa yang mewakili performa terbaik dari sebuah proses atau kegiatan
- *Just-in-Time*
Sebuah strategi untuk membuat atau memberikan produk pada saatu produk itu dibutuhkan
- *Taguchi Concepts*
Genichi Taguchi menemukan 3 konsep yang bertujuan untuk meingkatkan kualitas produk dan proses yaitu *Quality Robust* yang bertujuan untuk menghilangkan efek yang negative dari suatu produk, *Quality Loss Function* fungsi matematis yang mengidentifikasi biaya yang berhubungan dengan kualitas yang buruk dan menunjukkan biaya tersebut dapat meningkatkan kualitas, juga *Target-oriented Quality* suatu filosofi untuk meningkatkan kualitas sesuai target
- *Knowledge of TQM Tools*
Untuk memperkuat impenmentasi *TQM* setiap orang dalam perusahaan harus dilatih untuk menggunakan Teknik EQM, alat untuk melakukan *TQM* adalah :

1. *Check Sheets*

Formulir yang digunakan untuk merekam data.

2. *Scatter Diagrams*

Menunjukkan hubungan antara 2 pengukuran

3. *Cause-and-effect Diagram*

Suatu skema yang menunjukkan kemungkinan letak dari kesalahan kualitas.

4. *Pareto Chart*

Grafik yang menunjukkan masalah yang lebih penting dibandingkan masalah lain agar bisa berfokus ke penyelesaian masalah

5. *Flowchart*

Diagram yang menjelaskan suatu proses atau sistem.

6. *Statistical Process Control*

Sebuah proses yang digunakan untuk memonitor standar, membuat pengukuran dan melakukan Tindakan korektif saat suatu produk atau layanan sedang dikerjakan.