

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Manusia setiap saat berhadapan berbagai persoalan hidup yang mengandung berbagai kemungkinan risiko. Dari berbagai kemungkinan risiko tersebut, risiko yang bersifat material cenderung lebih menjadi perhatian manusia modern saat ini. Risiko material sering sulit diatasi oleh manusia, terutama ketika kuantitas risiko yang mesti ditanggung diluar kemampuannya. Itulah yang melatar belakang manusia berasuransi, yaitu untuk kepentingan perencanaan atau antisipasi terhadap risiko yang sewaktu-waktu dapat menimpa mereka.

Dewasa ini perkembangan perasuransian di Indonesia sangat pesat. Baik asuransi konvensional maupun syariah. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya lembaga-lembaga asuransi. Pada tahun 2015 jumlah perusahaan perasuransian di Indonesia mencapai 76 perusahaan asuransi umum, 50 perusahaan asuransi jiwa, 6 perusahaan reasuransi, 3 perusahaan asuransi wajib, dan 2 perusahaan asuransi sosial. Sedangkan perusahaan perasuransian syariah terdiri atas 24 perusahaan asuransi jiwa syariah, 28 asuransi umum syariah dan 3 perusahaan reasuransi syariah (sumber: Otoritas Jasa Keuangan).

Selain dari sisi kuantitas perusahaan perkembangan perasuransian juga dapat dilihat dari kontribusi yang didapat. Berdasarkan data dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) selama tahun 2010-2014 rata-rata pertumbuhan kontribusi sebesar 33,83% dan rata-rata pertumbuhan aset sebesar 52,18%, Ini menunjukkan bahwa asuransi syariah bisa diterima oleh masyarakat. Keberhasilan

perasuransian syariah hingga saat ini karena didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh perasuransian syariah. Oleh sebab itu faktor-faktor pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya produk suatu lembaga syariah dapat diketahui dari faktor psikologis yang menyangkut perilaku, sikap dan selera. Selain itu, ada banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Faktor-faktor tersebut misalnya, pelayanan, lokasi, dan pendapatan. Selain itu faktor kehalalan produk juga sangat diperhatikan oleh konsumen.

Faktor lain yang mendorong seseorang berminat menjadi nasabah asuransi adalah reputasi. Reputasi perusahaan merupakan persepsi konsumen terhadap nama baik atau citra perusahaan. Reputasi merupakan suatu *goodwill* perusahaan yang menambah nilai positif pada penilaian perusahaan di mata konsumen. Reputasi juga membuat konsumen lebih percaya untuk melakukan kerjasama jangka panjang. Jika melihat perkembangan asuransi syariah di atas, nampaknya mekanisme dengan profit sharing (bagi hasil) menjadi alternatif bagi masyarakat. Selain itu, produk yang beragam dan menarik serta mempunyai manfaat tinggi nampaknya juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk. Konsumen akan membeli produk memuaskan kebutuhan, tetapi ada juga bertujuan untuk memuaskan keinginannya.

Bedasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pelayanan, Profit Sharing, Reputasi, Religius Stimuli, Produk Terhadap Keputusan Memilih Jasa Asuransi Jiwa Syariah”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah?
2. Apakah *profit sharing* berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah?
3. Apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah?
4. Apakah *Religius Stimuli* berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah?
5. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah.
2. Untuk menguji apakah *profit sharing* berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah.
3. Untuk menguji apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah.

4. Untuk menguji apakah *Religijs Stimuli* berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah.
5. Untuk menguji apakah produk berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa asuransi syariah.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini, penulis memperoleh ilmu pengetahuan baru yang berkaitan dengan asuransi syariah.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah sehingga dapat membantu menginformasikan kebutuhan nasabah, agar dapat melakukan peningkatan kinerja yang lebih baik.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya tentang asuransi jiwa syariah.

#### **1.5 Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian.

Penelitian Tambunan dan Nasution (2013) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Medan dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah

etnis Cina menabung di Bank BCA Medan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu analisis regresi linear berganda. Pemilihan produk dan pelayanan sebagai variabel bebas dalam penelitian Tambunan dan Nasution (2013) juga akan digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini juga menggunakan variabel tetap keputusan memilih jasa asuransi syariah.

Penelitian Asnawi (2016) bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, religious stimuli, reputasi, profit sharing, promosi, campaign terhadap minat nasabah muslim dan non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Pemilihan pelayanan, religious stimuli, reputasi, profit sharing sebagai variabel bebas dalam penelitian Asnawi (2016) juga akan digunakan dalam penelitian ini. Namun, jika dalam penelitian Asnawi (2016) melakukan objek penelitian di perbankan syariah maka penelitian ini akan menggunakan objek penelitian di asuransi syariah.

Dari beberapa penelitian yang telah dipaparkan diatas, dalam penelitian ini peneliti menggabungkan variabel dari beberapa penelitian diatas yaitu variabel pengaruh reputasi, pelayanan, profit sharing, religious stimuli, produk sebagai variabel bebas dan keputusan memilih jasa asuransi syariah sebagai variabel terikat.