

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Perusahaan Asuransi merupakan perusahaan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Sedangkan dengan Asuransi Syariah (*ta'min, takaful, atau tadhamun*) dalam fatwa DSN MUI (Koswadi, 2020 hal. 24) adalah “usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset atau tabarru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah”. Prinsi Asuransi Syariah adalah takaful (tolong-menolong). Sedangkan konvensional adalah Tadabuli (jual beli antara perusahaan dengan nasabah) ( Sari, 2019, hal.20).

Dalam era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan Asuransi semakin ketat dengan jumlah nasabah yang berfluktuasi menimbulkan ketertarikan tersendiri dalam hal memilih perusahaan asuransi. (Kristiani, dkk, 2019, hal.30) saat ini Asuransi telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus di hadapi dan ditangani oleh perusahaan Asuransi untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat (Atantiya, 2019 hal,72).

Setiap Asuransi diharapkan mencapai tujuan dan meraih kesuksesan besar kemungkinan kesuksesan itu dapat di wujudkan dengan beberapa faktor lain yaitu citra perusahaan yang baik, tarif premi yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik juga.

Mengenai citra perusahaan, dapat diartikan sebagai uang pertanggungan yang dibayarkan oleh nasabah kepada pihak Asuransi (Sandi dan Santi, 2020 hal,43).

Agama Islam selalu mengajarkan pada setiap muslim agar merencanakan dan mempersiapkan kehidupan supaya hari esok lebih baik dari kemarin. Pada dasarnya pihak Asuransi adalah jawaban atas kebutuhan setiap muslim dalam mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan risiko yang dialami (Astuti, 2020 hal,57). Fungsi dari premi merupakan harga pembelian dari tanggungan yang wajib diberikan oleh penanggung atau sebagai Imbalan risiko yang di peralihkan pertanggungan di buat, kecuali pertanggungan saling menanggung. (Sella, 2016 hal,28).

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Hal ini yang disebut dengan *great leap forward* (kemajuan luar biasa) disektor jasa. Salah satu jasa yang dibutuhkan saat ini adalah Asuransi. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik mengatasi kematian, atau dalam mengatasi risiko harta benda yang dimiliki (Rizky, 2021 hal, 17).

Ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka akan Kembali lagi dan melakukan pembelian yang lain dan akan merekomendasikan pada eman-teman dan keluarga tentang perusahaan tersebut dan produknya. Juga kecil kemungkinan mereka berpaling ke pesaing-pesaing perusahaan. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan (Dwiana, 2014 hal,60)

Namun, tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat kurang jika di bandingkan dengan kesadaran berasuransi dinegara lain. Padahal asuransi sangat di butuhkan untuk kehidupan yang akan dating apabila terjadi

sesuatu yang tidak diinginkan. Salah satu hal mendasar karena ketidakpercayaan masyarakat akan Asuransi hampir Sebagian nasabah Asuransi Syariah merasa di tipu akan janji yang ditawarkan oleh pihak jasa Asuransi, karena kenyataannya tidak sesuai dengan yang di harapkan. Untuk hal itulah ada nasabah Asuransi salah satu pelanggan Asuransi jiwa lebih memilih Asuransi jasa Asuransi Syariah yang dinilai aman, terpercaya dan ekonomis bila dibandingkan dengan Asuransi konvensional. (Siti Hamiah, dan Habibah, 2019, hal,33).

Perkembangan Asuransi Syariah belum sepenuhnya menguasai pasar. Perkembangan inovasi produk Asuransi Syariah yang belum maksimal, ditambah lagi dengan akses dan sosialisasi yang belum menyentuh masyarakat secara keseluruhan. Berdasarkan data statistic OJK tercatat, pada periode oktober 2016 sampai 2017, aset perusahaan asuransi konvensional meningkat Rp 117 triliun, dari Rp 641,80 triliun menjadi Rp 758,8 triliun atau meningkat 18,22%. Adapun aset perusahaan Asuransi Syariah meningkat Rp 4,8 triliun dari Rp 33,417 triliun menjadi Rp 38,223 triliun, atau meningkat 14,37% dan pelaku usaha dari 11 menjadi 12 perusahaan, atau meningkat sekitar 9%. (Ginga, 2021, hal.195)

Loyalitas konsumen akan terbangun Ketika terdapat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan kualitas layanan yang memuaskan dari perusahaan terhadap konsumen. Kepercayaan sebagai pernyataan yang melibatkan harapan positif yang meyakinkan berkenaan dengan seseorang dalam suatu risiko, dalam hal ini kepercayaan merupakan keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan bahwa perusahaan akan bersikap baik terhadap konsumennya.

(Morgan, 2018 hal, 11).

Peneliti tertarik untuk memilih Lembaga keuangan non bank asuransi syariah karena merupakan Lembaga keuangan resmi di Indonesia dan terkenal dalam

memberikan tanggungan risiko dikemudian hari kepada masyarakat yang percaya dan keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai premi yang ditawarkan apakah berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan menjadi nasabah, maka dari itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Premi Asuransi Syariah Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Allianz Cabang Banjarmasin”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara simultan besaran premi Asuransi Syariah, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Allianz Cabang Banjarmasin?
2. Apakah ada pengaruh secara Parsial dari variable besaran premi Asuransi Syariah, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT.Allianz cabang Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari besaran premi dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT.Allianz cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara Parsial variabel tingkat kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT.Allianz Cabang Banjarmasin.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan calon nasabah dalam mengambil kebijakan dan memilih premi dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan akademis asuransi syariah pada umumnya, untuk memahami masalah pengaruh premi dalam kualitas pelayanan.

##### 2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi suatu dasar yang digunakan sebagai pengaruh premi perusahaan asuransi syariah dalam kualitas pelayanan dalam keputusan menjadi calon nasabah.

##### 3. Bagi Pendidikan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai suatu referensi atau masukan yang berhubungan dengan premi asuransi dan kualitas pelayanan dalam keputusan nasabah agar dapat memberikan hasil yang maksimal.

##### 4. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan menjadi suatu bahan untuk dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

## 5. Bagi Pemerintah

Diharapkan dengan dilakukan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dapat berguna untuk perkembangan Lembaga keuangan non bank khususnya pemerintah karna memiliki ketentuan untuk peningkatan perlindungan risiko terhadap masyarakat.

## **E. Definisi Oprasional**

Unutk menghindari kemungkinan kesalahpahaman atau kekeliruan dalam memahami penelitian ini. Oleh karena itu peneliti membuat definisi oprasional sebagai berikut:

### 1. Premi Asuransi Syariah

Premi dalam Asuransi Syariah adalah uang kontribusi atau sejumlah uang yang didapatkan oleh perusahaan Asuransi disetujui oleh pemegang polis untuk dibayarkan berdasarkan perjanjian dan Asuransi atau sejumlah uang yang ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mendasari program Asuransi wajib untuk memperoleh manfaat. (Khotimah, 2014) Pada umumnya produk Asuransi terbagi menjadi 2 bagian yakni produk dengan unsur tabungan dan produk tanpa unsur tabungan, pembagian ini biasanya mengacu kemanfaatan produk dan proteksi yang akan diterima oleh pemegang polis yang bersangkutan. (Purnomo, 2017, hal. 16). Adapun premi Asuransi Syariah yang teliti dalam penelitian ini hanyalah uang kontribusi yang dibayarkan oleh nasabah ataupun calon nasabah itu sendiri pada perusahaan Asuransi PT.Allianz cabang Banjarmasin

### 2. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa *partner*-nya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan masyarakat lain dapat dipercaya. (Ratih dan Nyoman,2020, hal.23)

Kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harap bahwa pihak lainnya akan melakukan Tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain (Mayer,2018, hal.75). Kepercayaan merupakan produk yang dihasilkan diantara kedua pelaku dalam satu pertukaran dengan lebih memperdulikan biaya danmanfaat dari perilaku tertentu sebagaimana diatur dalam kontrak (Bhattaacharya, 2018, hal. 272).

### 3. Keputusan Nasabah

Menurut Samarwan dalam keputusan adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu Tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Philip dan Kotler, 2011, hlm.57) Seorang nasabah yang handak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif. Dengan demikian ia harus mengambil keputusan produk apa yang akan dipilihnya, atau ia harus memilih satu dari beberapa pilihan produk yang ada. Keputusan menjadi nasabah dalam suatu bisnis syariah merupakan hal yang ditunggu oleh perusahaan. Keputusan menjadi nasabah ini karena adanya dorongan emosional dari dalam diri nasabah maupun pengaruh dari orang lain. Dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah suatu proses penelusuran masalah, identifikasi masalah hingga penarikan kesimpulan dimana seorang konsumen memutuskan menjadi nasabah pada Lembaga keuangan yang dianggap solusi dari kebutuhan dan keinginan

konsumen tersebut. Proses pengambilan keputusan diawali dengan munculnya kesadaran pada diri nasabah tentang kebutuhan layanan perbankan, diikuti dengan pencairan informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi setelah membeli (Suryani, 2017, hal. 44).

Menurut Philip and Keller (2017), terdapat empat indikator dari keputusan pembelian konsumen, yaitu:

- a. Kebutuhan, yaitu mengenai masalah atau kebutuhan keputusan nasabah.
- b. Publikasi, yaitu pembelian keputusan nasabah yang tertarik banyak informasi melalui media masa atau organisasi.
- c. Manfaat, yaitu proses pengembalian keputusan nasabah dimana nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaat.
- d. Kepuasan, dimana nasabah merasa puas karena suatu pelayanan yang diberikan bank dan akan terus menggunakan produk yang ditawarkan.

## **F. Kajian Pustaka**

1. Yuli Astuti (2020). Judul: *Pengaruh Risiko, Besaran Premi Dan Klaim Pada Asuransi Jiwa Syariah Terhadap Keputusan Calon Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Metode: Kuantitatif, berdasarkan hasil analisis variable risiko variabel klaim secara Parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan calon nasabah. Sedangkan besaran premi secara Parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan calon nasabah.
  - a. Persamaan

Persamaan penelitian Yuliani dengan Penulis adalah menggunakan uji Parsial untuk menghitung besaran premi metode yang digunakan dalam penelitian

juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.

b. Perbedaan

Perbedaan penelitian Yuli Astuti dengan penulis adalah pada variable X, Yuli Astuti menggunakan premi Asuransi Syariah dan Tingkat Kepercayaan sedangkan penulis menggunakan variabel Resiko Besaran Premi dan Klaim.

2. Absyariana Tantiya (2019). Judul: *Pengaruh Premi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Banda Aceh*. Metode: Kuantitatif, Hasil Uji Parsial (uji t) menunjukkan variable premi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah pada PT. Asuransi Takaful keluarga.

a. Persamaan

Persamaan penelitian Absyariana Tantiya dengan penulis adalah sama-sama menggunakan salah satunya variable pengaruh Premi sebagai variable X. Metode yang di menggunakan juga sama yaitu kuantitatif dan memakai uji Parsial.

b. Perbedaan

Perbedaan Penelitian Absyariana Tantiya dengan penulis adalah salah satu variable X yaitu Kualitas pelayanan sedangkan penulis menggunakan Tingkat Kepercayaan

3. Silviyanti (2019). Judul: *Pengaruh Premi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Kota Bengkulu*. Metode Kuantitatif, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $0,004 < 0,05$ . Kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,000 < 0,005$  dan nilai koefisien determinasi adjust square sebesar 0,591 yang menunjukkan bahwa

presentase sumbangan pengaruh variable premi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 59,1%.

a. Persamaan

Persamaan penelitian Silviyanti dengan penulis adalah peneliti ini menggunakan variable independent yang sama yakni pengaruh premi.

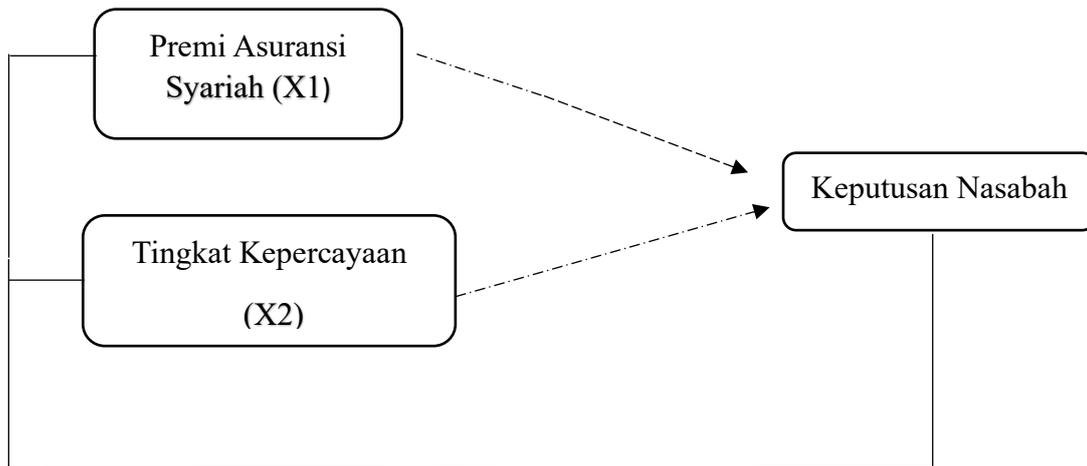
b. perbedaan

Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada salah satu variable yang digunakan dan lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian

Dalam penelitian “Premi Premi Asuransi Syariah Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah PT. Allianz Cabang Banjarmasin”. Yang mana penelitian ini memfokuskan penelitiannya terhadap pengaruh premi Asuransi Syariah terhadap Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah secara umum, penelitian terdahulu yang disebutkan diatas memiliki keterkaitan secara tidak langsung dengan penelitian yang akan diteliti, namun secara khusus penelitian terdahulu tersebut tidak ada yang sama persis permasalahan dengan objek dari penelitian yang akan diteliti oleh penulis karena terdapat perbedaan dalam merumuskan masalah penelitian, tempat penelitian, objek maupun pembahasan dan hasil penelitian yang terdahulu diatas.

## **G. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan uraian latar belakang, kerangka teori, dan hasil penelitian terdahulu, yang telah ditemukan sebelumnya, maka secara sederhana kerangka berpikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

**Keterangan :**

----- = Uji secara Parsial

————— = Uji secara simultan

**H. Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang kebenarannya harus diuji. Jawaban tersebut dapat berupa dugaan yang kebenarannya akan di uji melalui data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Berdasarkan pengertain tersebut, maka hipotesis yang akan di ambil dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh premi asuransi syariah dan tingkat kepercayaan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah

Ho: Premi Asuransi Syariah dan tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Allianz Cabang Banjarmasin

Ha: Premi Asuransi Syariah dan tingkat kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Allianz Cabang

Banjarmasin

2. Pengaruh premi Asuransi Syariah dan Tingkat kepercayaan secara Parsial terhadap keputusan menjadi nasabah

Ho: premi Asuransi syariah dan tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara Parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Allianz cabang Banjarmasin

Ha: Premi Asuransi Syariah dan tingkat kepercayaan memiliki pengaruh secara Parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT.Allianz cabang Banjarmasin.

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berisi mengenai deskripsi dari daftar isi yang berguna untuk memudahkan untuk pemahaman penulis maupun pembaca makalah tentang garis besar ini penelitian ini secara keseluruhan yang terbagi dalam beberapa bab, diantaranya:

BAB I merupakan pendahuluan. Dalam bab I ini, penulis menjelaskan mengenai suatu latar belakang dari permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian Pustaka, kerangka konseptual, hipotesis serta sistematika pembahasan.

BAB II merupakan landasan teori. Dalam bab II ini, penulis menjelaskan mengenai kerangka teori dalam penelitian, yang mana kerangka teori ini berisi mengenai kajian-kajian yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian yang hendak dipecahkan.

BAB III merupakan metode penelitian. Pada bab III ini, penulis menguraikan mengenai bagaimana panduan peneliti dalam mengambil dan mencari suatu data,

meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab IV ini, penulis menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan dengan berupa paparan dari data yang diperoleh selama penelitian dari hasil koesioner yang dibagikan kepada informan maupun dari berbagai sumber lain yang membantu untuk tujuan penelitian.

BAB V merupakan penutup. Pada akhir bab penelitian, penelitian menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisis, keterbatasan penelitian yang ditulis serta saran-saran yang bermanfaat bagi perusahaan, pihak lain yang berkepentingan dan untuk penelitian selanjutnya.