

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang kian pesat menuntut manusia untuk menggali ide-ide yang lebih maksimal lagi. Tuntutan zaman ini tentunya memiliki berbagai resiko. Berbicara tentang resiko, tentunya kita sebagai makhluk hidup ciptaan Allah swt hidup di bumi ini tidak terlepas dari berbagai macam resiko. Sebagai hamba Allah swt yang beriman, kita wajib mempercayai bahwa segala resiko yang terjadi dalam kehidupan kita merupakan qadha dan qadhar yang telah diberikan Allah swt. Risiko sendiri memiliki arti ketidakpastian yang terjadi karena kurang atau tidak tersedianya informasi yang cukup tentang yang akan terjadi. Sedia payung sebelum hujan memang peribahasa lama yang maknanya sangat erat dengan hidup kita. Tubuh kita ini adalah aset. Aset bagi tempat kita bekerja, bagi lingkungan dan tentu saja keluarga. Maka dari itu aset tersebut harus dijaga. Dan kita membutuhkan proteksi terhadap rawat inap, kecelakaan yang mengakibatkan cacat tubuh, perawatan atas penyakit kritis, dan kematian. Namun kita wajib berikhtiar atau berusaha dalam meminimalisir resiko yang akan terjadi.

Salah satu cara meminimalisir resiko financial adalah dengan berasuransi syariah. Pada perkembangannya membuat asuransi terbagi menjadi dua kategori: asuransi syariah dan asuransi konvensional. Di Indonesia, kebutuhan akan asuransi syariah berkaitan erat dengan mayoritas penduduk indonesia yang beragama Islam. Tetapi banyaknya keraguan terhadap asuransi konvensional

tentu tidak heran apabila pengembangan jasa asuransi di Indonesia sangat lamban atau terlambat. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat umum mengenai asuransi khususnya pada asuransi syariah. Ini yang akan mengakibatkan, minat masyarakat untuk membeli produk asuransi syariah terbilang rendah.

Abdul Ghofur Anshori mengemukakan bahwa “Di dalam agama Islam terdapat prinsip-prinsip yang dapat dipakai dalam asuransi yang sifatnya lebih mendasarkan pada tolong-menolong antar sesama (taawuniyah)”. (Abdul ghofur Anshori, 2007:16).

Ayat-ayat dalam Al-Qur’an yang mengandung prinsip-prinsip asuransi syariah diantaranya:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”.
(QS. al-Maidah:2)

Sesuai dengan pesatnya perkembangan ekonomi di dunia dan perkembangan bisnis di dunia yang dapat dilihat dengan adanya persaingan antara perusahaan dengan tujuan menjadikan perusahaan menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen. Hal tersebut juga berlaku bagi perusahaan asuransi syariah di Indonesia. Perusahaan-

perusahaan asuransi syariah tersebut menjual produk-produknya kepada masyarakat Indonesia. Tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan bisa saja mengalami kerugian dikarenakan prediksi di luar dugaan manusia, seperti terjadinya banjir, kebakaran, gempa bumi, bencana alam, dan lain-lain. Perusahaan asuransi didirikan untuk memberikan jaminan kepada nasabah atas penanggungan resiko yang bakal terjadi. Nasabah asuransi membeli polis asuransi dengan membayar premi kepada perusahaan asuransi dan apabila terjadi resiko, maka perusahaan asuransi yang akan mengcover kerugian resiko tersebut.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih produk asuransi syariah adalah pengetahuan mengenai produk asuransi dalam memilih produk asuransi tersebut. Pengetahuan merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen." Menurut Murray dan Schlcater dalam Haryadi menyatakan bahwa pengetahuan dikenal sebagai karakteristik yang mempengaruhi semua fase dalam proses pengambilan keputusan. Secara spesifik pengetahuan relevan dan penting yang mempengaruhi bagaimana konsumen mengumpulkan dan mengatur informasi, seberapa banyak informasi yang digunakan untuk pembuatan keputusan dan bagaimana konsumen mengevaluasi produk dan jasa.

Motivasi dorongan dari dalam diri manusia itu sendiri untuk melakukan sesuatu dan untuk memutuskan memilih sesuatu. Dengan demikian, pelaku bisnis asuransi syariah perlu jeli dalam memahami motivasi calon nasabah untuk

membeli asuransi. Motivasi untuk membeli asuransi syariah dapat berupa dari motivasi yang berlatar pendidikan, kesehatan, atau jaminan masa tua, ataupun motivasi yang dilatari oleh nilai prestis kepemilikan merk dari perusahaan asuransi syariah tertentu. Pelaku bisnis juga harus cermat dalam mengidentifikasi motivasi calon nasabah sehingga dapat menarik banyak nasabah. Saat ini, motivasi untuk membeli polis asuransi adalah untuk memperoleh manfaat proteksi diri. Kepemilikan asuransi telah berkembang menjadi gaya hidup baru bagi orang-orang modern yang sadar risiko, bahkan di negara-negara maju. Di sisi lain, di negara-negara berkembang termasuk Indonesia, motivasi masyarakat terhadap pentingnya asuransi tergolong sangat rendah.

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai variabel pengetahuan dan motivasi yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah, penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Nisitasari menunjukkan hasil bahwa pengaruh pengetahuan konsumen (Consumer Knowledge) terhadap keputusan menjadi nasabah bahwa pengetahuan konsumen (Consumer Knowledge) secara parsial memiliki hubungan positif atau searah, namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dan motivasi secara parsial berpengaruh, memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Asuransi Prudential Syariah Cabang Tulungagung. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Indah Sari menunjukkan hasil bahwa pengetahuan secara parsial berpengaruh negatif dan motivasi secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada asuransi syariah Jasindo Takaful Pematang Sianta.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan beberapa permasalahan yang telah diuraikan sebagai topik penelitian skripsi dengan judul “ **Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar** ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin?
2. Apakah motivasi nasabah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin?
3. Apakah pengetahuan dan motivasi nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka memperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan dan motivasi nasabah secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah di PT Takatif keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoris

Meningkatkan ilmu pengetahuan dibidang konsumen dan pemasaran pada umumnya, dan khususnya tentang masalah pengetahuan nasabah, motivasi nasabah, dan keputusan menjadi nasabah. Ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk membantu penulis menerapkan teori yang telah mereka pelajari di kelas.

2. Secara Praktis

Dari aspek praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini memberikan suatu masukan atau informasi untuk mengevaluasi kinerja perusahaan yang berdampak pada keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar serta sebagai bahan pertimbangan keputusan di masa mendatang.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang diteliti, maka peneliti memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengetahuan menurut (Notoadmojo, 2010) dan (Puspitasari, 2014; Sariningrum, 2009; Soraya, 2013) adalah merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengetahuan adalah Pengetahuan Nasabah mengenai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, persepsi nasabah mengenai seberapa paham seseorang mengenai produk, dan Informasi mengenai pengetahuan lainnya. Seorang nasabah dimungkinkan memiliki informasi mengenai berbagai hal lain mengenai suatu produk.

2. Motivasi menurut Winardi (2001:1), istilah motivasi berasal dari bahasa latin “movere” yang berarti bergerak (to move). Kata motivasi (motivation) kata dasarnya adalah motif (motive) yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini yang dimaksud motivasi adalah Motivasi yang muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh nasabah. Kebutuhan sendiri muncul karena nasabah merasakan ketidak nyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan kenyataan sesungguhnya yang dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan pemenuhan kebutuhan.
3. Keputusan nasabah menurut Firmansyah (2019) adalah pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambil keputusan. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan keputusan adalah keputusan seorang calon nasabah mengenai rasa ketertarikan, perhatian, keinginan lebih yang dimiliki seseorang terhadap produk asuransi syariah yang ditawarkan.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk memperjelas permasalahan yang diangkat oleh penulis, maka penulis memerlukan penelitian terdahulu untuk membedakan dengan penelitian

yang ditulis oleh penulis. Berdasarkan hal tersebut, adapun penelitian terdahulu menyatakan:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Novi Nugraha (2019). Judul: Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di PT Prudential Syariah Binjai. Hasil dari penelitian ini adalah Temuan observasi lapangan ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap asuransi syariah dipengaruhi oleh pengetahuan yang sangat positif dan konsisten. Karena pengetahuan mencakup semua yang diketahui, sangat penting untuk meningkatkan minat seseorang dalam klasifikasi produk. Diperkirakan bahwa larangan Islam terhadap riba, gharar (uang tersembunyi), dan maysir melindungi pengelolaan dana asuransi syariah (perjudian). Asuransi syariah memiliki akad awal yang terbuka dan transparan serta akad berdasarkan prinsip syariah, dimana pelaku usaha asuransi syariah mengelola reksa dana asuransi (tabarru') yang memenuhi persyaratan melalui investasi syariah berdasarkan prinsip syariah. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen (Y), pada penelitian terdahulu menggunakan minat masyarakat berasuransi sebagai variabel dependen (Y) sedangkan pada penelitian ini menggunakan keputusan menjadi nasabah asuransi syariah sebagai variabel dependen (Y). Dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel independen (X) dimana sama-sama menjadikan pengaruh pengetahuan menjadi variabel independen (X).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Idris Said (2019) judul: Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Mengikuti Asuransi Dana Pendidikan pada Perusahaan Asuransi Syariah. Hasil Penelitian ini bahwa Variabel Pengetahuan (X_1), Religiusitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan asuransi dana pendidikan pada perusahaan asuransi syariah (Y). Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan pada uji F diperoleh nilai F_{hitung} 81,179 lebih besar F_{tabel} dari 3,15 dengan taraf signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan diterima. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada sampel penelitian, pada penelitian terdahulu sampel yang digunakan guru sebanyak 65 sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel nasabah sebanyak 34. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, menyebarkan kuesioner dan metode analisis regresi berganda menggunakan pengujian hipotesis.
3. Ade Indra Permana, (2021), judul: Pengaruh Motivasi untuk Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Syariah Kc Malang). Hasil dari penelitian adalah: Berdasarkan uji F (simultan) didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Mandiri KC Cabang Kebon Jeruk Jakarta Barat, secara positif dan signifikan karena memiliki nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $56,089 >$

3.095 dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05. Sehingga motivasi menghindari riba memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Mandiri Syariah KC Malang. Dari hasil uji t (parsial) variabel (X2) pengetahuan produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu sebesar $5,661 > 1,985$ dan nilai signifikansi sebesar adalah 0,000 sehingga kurang dari 0,05. Dan dapat dikatakan bahwa pengetahuan produk secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Mandiri KC Malang. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah pada variable X, pada penelitian ini menggunakan motivasi nasabah sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan motivasi menghindari riba. Dan persamaannya adalah menggunakan uji asumsi klasik dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui bagaimana hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih baik dari variabel independen maupun dependen.

G. Hipotesis Penelitian

1. Uji Parsial

- a. $H_0 1 =$ Tidak ada pengaruh antara pengetahuan nasabah (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT. Takaful keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).

- b. $H_a 1$ = Ada pengaruh antara pengetahuan nasabah (X_1) terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).
- c. $H_0 2$ = Tidak ada pengaruh antara motivasi nasabah (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).
- d. $H_a 2$ = Ada pengaruh motivasi nasabah (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).

2. Uji Simultan

- a. $H_0 3$ = Tidak ada pengaruh antara pengetahuan (X_1) dan motivasi (X_2) nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).
- b. $H_a 3$ = Ada pengaruh positif antara pengetahuan (X_1) dan Motivasi (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah pada PT Takaful Keluarga cabang Makassar Agency Tim Antasari Banjarmasin (Y).

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar pembahasan dalam skripsi ini lebih terarah, bagian isi akan terdiri atas lima yang bab, kemudian didalamnya terdiri atas sub-sub bab diantaranya sebagai berikut:

Bab I merupakan berupa pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang penelitian yang memuat alasan atau dasar pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini, dari latar belakang tersebut muncul suatu permasalahan yang kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu maka ditetapkan tujuan penelitian ini untuk menjawab dari rumusan masalah tersebut serta kegunaan penelitian untuk mengetahui manfaat dari penelitian ini. Definisi operasional dirumuskan untuk merincikan istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian yang bermakna luas. Di dalam Bab I ini terdapat penelitian terdahulu menjadi salah satu referensi dalam penelitian ini sehingga penulis dapat menambah teori yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Dan yang terakhir sistematika penulisan merupakan bagian yang menjelaskan penelitian yang akan dituangkan kedalam penelitian secara sistematis.

Bab II merupakan berupa landasan teori yang berisi teori keputusan pembelian, pengetahuan dan motivasi yang memberikan penjelasan tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada penelitian, teori-teori tersebut bersumber dari buku, literatur, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu.

Bab III merupakan bagian metode penelitian yang berisikan tentang operasional pelaksanaan penelitian ini yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data hingga prosedur penelitian.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan yang menjadi inti dari penelitian dimana dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian yang menjadi jawaban atas rumusan masalah.

Bab V adalah penutup, yang berisi penjelasan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran dari penulis kepada berbagai pihak termasuk kepada peneliti selanjutnya.