

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan tahun terakhir berdasarkan OJK, asuransi syariah di Indonesia menunjukkan tren positif. Sebagai salah satu instrumen keuangan berbasis syariah, asuransi ini dirancang untuk memberikan perlindungan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kota Banjarmasin, dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memiliki potensi besar dalam pengembangan produk asuransi syariah. Namun, tingkat penetrasi asuransi syariah di kota Banjarmasin masih terbilang rendah dibandingkan dengan produk keuangan syariah lainnya.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap asuransi syariah adalah literasi asuransi syariah yang masih kurang. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia, termasuk asuransi, masih di bawah 10%. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang konsep dan manfaat asuransi syariah menjadi tantangan utama dalam meningkatkan penggunaannya.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia hanya sebesar 9,14%, naik sedikit dari 8,93% pada tahun 2019. Angka ini jauh di bawah literasi keuangan umum yang mencapai 49,68% di tahun 2022. Sementara itu, indeks inklusi keuangan syariah juga relatif rendah, hanya 12,12%. Rendahnya literasi ini menunjukkan bahwa

sebagian besar masyarakat belum memahami konsep dan manfaat produk keuangan syariah, termasuk asuransi syariah. Hal ini menjadi tantangan besar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam produk keuangan syariah

Selain itu, strategi promosi yang diterapkan oleh perusahaan asuransi syariah juga memegang peranan penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Strategi promosi yang efektif, seperti penggunaan media sosial, seminar edukasi, dan kerja sama dengan komunitas lokal, dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total kontribusi (premi) asuransi syariah mencapai Rp. 17,92 triliun pada tahun 2022, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun demikian, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih rendah, yakni hanya 9,14% berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan tingkat literasi keuangan konvensional yang mencapai 49,68%.

Di Kota Banjarmasin, meskipun mayoritas penduduknya beragama Islam, penetrasi asuransi syariah masih tergolong rendah. Data dari Kantor OJK Regional Kalimantan menunjukkan bahwa hanya sekitar 15% masyarakat Banjarmasin yang memiliki produk asuransi syariah. Rendahnya tingkat literasi ini berdampak pada minimnya pemahaman masyarakat mengenai konsep, manfaat, dan perbedaan asuransi syariah dibandingkan dengan asuransi konvensional.

Selain itu, strategi promosi yang diterapkan perusahaan asuransi syariah di Banjarmasin masih belum optimal. Berdasarkan survei yang dilakukan pada

masyarakat Banjarmasin, 50% responden menyatakan bahwa mereka jarang atau tidak pernah melihat iklan atau kampanye edukasi mengenai asuransi syariah, baik melalui media sosial, televisi, maupun media cetak. Kurangnya edukasi dan promosi ini mengakibatkan masyarakat lebih mengenal produk asuransi konvensional dibandingkan dengan asuransi syariah.

Penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan besar antara potensi pasar dan tingkat adopsi asuransi syariah. Literasi yang rendah dan strategi promosi yang kurang efektif menjadi hambatan utama dalam mendorong keputusan masyarakat untuk memilih produk asuransi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara kuantitatif bagaimana literasi asuransi syariah dan strategi promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kota Banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah.

Menurut Agus Yulianto (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah"*, literasi keuangan syariah terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk-produk lembaga keuangan syariah, termasuk asuransi. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk memilih produk keuangan syariah. Namun, selain literasi, faktor-faktor lain seperti religiusitas dan kualitas layanan juga memengaruhi keputusan tersebut. Ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan produk asuransi syariah tidak hanya bergantung pada pemahaman, tetapi juga

dipengaruhi oleh faktor sosial dan pengalaman pribadi terkait layanan yang diberikan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan lain yang mengonfirmasi bahwa literasi memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk asuransi syariah, meskipun aspek promosi dan pemahaman pasar juga memegang peranan penting. Meskipun hasil penelitian ini juga menekankan bahwa faktor lain seperti religiusitas dan kualitas layanan juga memainkan peran yang signifikan dalam keputusan keuangan masyarakat dengan kondisi serupa terjadi di Kota Banjarmasin. Berdasarkan data dari Kantor OJK Regional Kalimantan, tingkat penetrasi asuransi syariah di kota ini masih di bawah 20% dari total penduduk. Survei awal yang dilakukan pada masyarakat Banjarmasin menunjukkan bahwa lebih dari 50% responden tidak memahami perbedaan mendasar antara asuransi syariah dan konvensional. Bahkan, hanya sekitar 15% responden yang menyatakan pernah mendapatkan edukasi atau informasi mengenai produk asuransi syariah.

Menurut penelitian Sari, R. & Fadillah, M. (2020) dalam *"Literasi Keuangan Syariah dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah"*, literasi keuangan syariah yang baik dapat meningkatkan pemahaman konsumen mengenai manfaat asuransi syariah, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk tersebut. Penelitian ini menegaskan bahwa semakin baik literasi yang dimiliki oleh masyarakat, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan dan memilih produk asuransi syariah sebagai bagian dari strategi keuangan mereka.

Namun selain literasi, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pemasaran yang efektif dan strategi promosi yang tepat berperan besar dalam meningkatkan minat konsumen. Dengan kata lain, meskipun tingkat literasi keuangan syariah seseorang tinggi, promosi yang kurang tepat atau tidak memadai dapat menghambat keputusan untuk membeli produk asuransi syariah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penggunaan produk asuransi syariah, dibutuhkan sinergi antara pemahaman yang baik tentang konsep asuransi syariah dan upaya pemasaran yang menyentuh kebutuhan serta minat masyarakat.

Strategi promosi asuransi syariah juga menjadi tantangan besar. Berdasarkan laporan dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), efektivitas promosi produk asuransi syariah masih rendah. Di Kota Banjarmasin, survei menunjukkan bahwa sekitar 15% masyarakat merasa iklan atau kampanye edukasi tentang asuransi syariah jarang mereka temui, baik di media sosial, televisi, maupun melalui penyuluhan langsung. Hal ini menunjukkan bahwa upaya promosi belum optimal dalam menjangkau masyarakat secara luas.

Rendahnya tingkat literasi dan kurangnya promosi yang efektif dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih produk asuransi syariah. Padahal, potensi pasar di Banjarmasin sangat besar mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam, yang seharusnya memiliki preferensi terhadap produk berbasis syariah. Tanpa intervensi yang tepat, baik melalui peningkatan literasi maupun strategi promosi yang lebih agresif, sulit bagi asuransi syariah untuk bersaing dengan produk konvensional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **pengaruh literasi asuransi syariah dan strategi promosi terhadap keputusan masyarakat Kota Banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah**. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris untuk mendukung pengembangan asuransi syariah di kota tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi asuransi syariah dan strategi promosi secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah?
2. Apakah literasi asuransi syariah dan strategi promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi asuransi syariah dan strategi promosi keputusan terhadap pembelian produk asuransi syariah.
2. Mengukur pengaruh signifikan antara literasi asuransi syariah dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil penelitian akan memberikan manfaat sebagai sumber informasi dan acuan untuk masa depan, serta memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai “Pengaruh Literasi Asuransi Syariah Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah”

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademis

- a. Sebagai tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.
- b. Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi para pembaca tentang potensi dan kendala pengembangan pada Asuransi Syariah di Banjarmasin.

2) Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan atau pengetahuan mengenai literasi asuransi dan strategi promosi dalam memilih produk asuransi syariah kepada mahasiswa/i.

3) Bagi masyarakat

- a. Memberikan Pemahaman Lebih Lanjut Tentang Asuransi Syariah: Dengan adanya penelitian ini, masyarakat Kota Banjarmasin dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep asuransi syariah, manfaat, serta prinsip-prinsip yang mendasarinya, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat saat memilih produk asuransi.
- b. Meningkatkan Kesadaran dan Literasi Asuransi Syariah: Penelitian ini dapat berfungsi sebagai media edukasi yang membantu meningkatkan literasi asuransi syariah masyarakat, sehingga mereka lebih memahami produk-produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip syariah.
- c. Mengoptimalkan Strategi Promosi bagi Penyedia Asuransi Syariah: Temuan dalam penelitian ini dapat membantu perusahaan asuransi syariah menyusun strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami penelitian ini, maka penulis merasa perlu menjelaskan definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu :

1. Literasi Asuransi Syariah

Literasi asuransi syariah didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami dan mengevaluasi informasi mengenai produk asuransi syariah yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup pemahaman menyeluruh tentang manfaat, keuntungan, dan potensi implikasi asuransi syariah, sehingga individu memiliki dasar pertimbangan untuk mengambil keputusan dengan memperhatikan konsekuensi yang mungkin terjadi. Definisi ini merujuk pada Sadewo (2018:14).

2. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan yang dirancang dan dijalankan oleh perusahaan menggunakan berbagai elemen promosi untuk mendorong konsumen agar tertarik dan mau membeli produk. Bauran promosi (promotional mix) yang biasa digunakan dalam strategi ini terdiri dari periklanan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), dan publisitas (publicity). Definisi ini mengacu pada Hidayat & Anwar (2019).

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses yang terintegrasi, di mana individu menggunakan pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa alternatif dan memilih satu di antaranya. Proses ini melibatkan penilaian atas berbagai pilihan yang ada dan pemilihan alternatif yang paling

sesuai dengan kebutuhan atau preferensi individu. Definisi ini mengacu pada Peter dan Olson (2013).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini baik umum maupun menyanggung secara spesifik sebagai berikut :

1. Khoerul Alfian (2023) judul : *Pengaruh Literasi Asuransi Syariah, Pendapatan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Asuransi Syariah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Purwokerto*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa secara bersama-sama literasi asuransi syariah, pendapatan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi syariah. Keputusan yang dibuat oleh responden dengan didukung adanya literasi ataupun pengetahuan yang dimiliki, pendapatan sebagai penunjang utama untuk mendaftar sebagai nasabah asuransi, serta lokasi yang strategis memiliki pengaruh positif untuk mendukung keputusan nasabah dalam meminimalisir resiko yang akan terjadi saat menjalani kehidupan sehari-hari dengan cara mendaftarkan diri menjadi nasabah asuransi. Letak persamaan penelitian ini yaitu pada metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun, yang membedakan pada penelitian ini bahwa peneliti saat ini mengambil pengaruh literasi asuransi syariah dan strategi promosi terhadap keputusan masyarakat Kota Banjarmasin dalam memilih produk asuransi syariah.

2. Yulia Asmi Azizah (2023) judul : *Pengaruh Literasi Asuransi, Pendapatan, Promosi Dan Religius Terhadap Minat Menggunakan Asuransi Syariah (Studi Generasi Milenial di Wilayah Kota Semarang)*
 Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan asuransi syariah sehingga H5 diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang telah dilakukan secara simultan, dan dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai t menunjukkan 30,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Maka H5 diterima. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel yang dapat saling berkaitan, terkait pemahaman seseorang terhadap asuransi, dibarengi oleh pendapatan yang cukup dan bersisa, promosi yang muncul disaat yang tepat serta sikap keyakinan yang dalam terhadap agamanya akan menentukan sikap seseorang dalam memilih untuk menggunakan asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi asuransi syariah, pendapatan, promosi dan religiusitas terhadap minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah di wilayah Kota Semarang. Perbedaan dengan penelitian Yulia Asmi Azizah yaitu pada lokasi penelitian yang di Kota Semarang dan populasi nya tersebut generasi milenial sedangkan peneliti saat ini meneliti di wilayah Kota Banjarmasin dan populasi nya ini masyarakat Kota Banjarmasin.
3. Rama Muhammad Pramudya dan Mira Rahmi (2022) judul: *Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat*

Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah. Berdasarkan hasil penelitian ini dengan data yang diolah melalui uji t, dapat dinyatakan bahwa variabel X1 yakni literasi asuransi diperoleh hasil memengaruhi variabel minat dengan besaran nilai t hitung sebesar 7,400 dengan besaran nilai tersebut artinya lebih besar dari t tabel yang besaran nilainya sebesar 1,976 serta mempunyai nilai signifikansi dengan besaran nilainya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan jika variabel literasi asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap minat milenial menggunakan asuransi. Dapat dipahami bahwa tingkat literasi asuransi bersamaan dengan tingkat minat menggunakan asuransi dengan kata lain semakin tinggi tingkat literasi asuransi seseorang atau yang disadari oleh kaum milenial maka, akan semakin meningkat pula minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah, begitupun sebaliknya ketika tingkat literasi asuransi seseorang menurun maka atau dalam kata lain tingkat literasi asuransi dikalangan kaum milenial menurun maka dapat mempengaruhi tingkat minat generasi milenial menggunakan asuransi syariah. Dalam penelitian saya menggunakan variabel literasi asuransi syariah dan strategi promosi. Subjek yang diteliti adalah generasi milenial. Sedangkan pada penelitian saya adalah masyarakat Kota Banjarmasin. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat generasi milenial sedangkan pada penelitian saya adalah keputusan penggunaan produk asuransi syariah.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II landasan teori yang berisikan Menyajikan teori dan konsep terkait literasi keuangan, Menjelaskan teori promosi, Menguraikan proses pengambilan keputusan konsumen.

Bab III metode penelitian yang berisikan jenis dan pendekatan penelitian, desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan instrumen data dan teknik analisis data.

Bab IV hasil dan pembahasan penelitian.

Bab V penutup yang berisikan kesimpulan dan saran