BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan peradaban manusia dan dinamika era globalisasi, perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi mengalami peningkatan yang signifikan. Salah satu sektor yang memegang peranan strategis dalam menunjang pertumbuhan perekonomian adalah sektor jasa. Perkembangan suatu perusahaan dalam sektor ini sangat bergantung pada sejumlah faktor, salah satunya adalah kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk merumuskan strategi pelayanan yang efektif dan efisien guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang optimal. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi finansial (fintech) menjadi salah satu inovasi penting dalam bidang keuangan yang bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam mengakses layanan jasa, khususnya dalam hal sistem pembayaran dan transaksi keuangan. Keberadaan fintech tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga mendukung perusahaan dalam menciptakan pelayanan yang lebih berkualitas dan memuaskan. Pada era digital saat ini, berbagai inovasi terus bermunculan di Indonesia. Hal ini didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi serta meningkatnya kemampuan sumber daya manusia dalam menghasilkan penemuan-penemuan baru yang relevan dengan kebutuhan zaman (Mauludin et al., 2022).

Transportasi merupakan proses pemindahan manusia maupun barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan memanfaatkan sarana kendaraan yang

digerakkan oleh tenaga manusia ataupun mesin. Secara umum, transportasi dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang melibatkan pemindahan muatan (barang) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam kajian transportasi, terdapat dua elemen utama yang menjadi fokus, yaitu aspek pergerakan (movement) dan perubahan lokasi secara fisik, baik terhadap komoditas maupun individu, dari satu titik ke titik tujuan lainnya (Khaerat et al., 2021:5).

Dalam catatan sejarah, perusahaan asuransi pertama yang beroperasi di Indonesia adalah Semarang Sea, yang didirikan pada tahun 1816. Sejumlah perusahaan lain yang berdiri pada periode yang sama antara lain Java Sea, Arjoeno, Veritas, dan Mercurius. Sementara itu, perusahaan asuransi jiwa pertama yang muncul di Indonesia adalah Bumi Putera 1912, yang didirikan di Magelang atas prakarsa seorang pendidik bernama M. Ng. Dwidjosewojo. Perusahaan ini berbentuk badan usaha bersama (mutual). Adapun perusahaan asuransi non-jiwa pertama di Indonesia adalah NV Indische Lloyd, yang kemudian berganti nama menjadi Lloyd Indonesia (Subagiyo & Salviana, 2016:5-6).

Asuransi merupakan suatu bentuk perjanjian antara pihak penanggung (perusahaan asuransi) dengan pihak tertanggung (peserta asuransi), di mana penanggung, dengan menerima pembayaran premi dari tertanggung, berkewajiban memberikan kompensasi atau santunan sesuai dengan nilai pertanggungan apabila terjadi risiko atau peristiwa yang telah disepakati dalam polis. Secara konseptual, asuransi dapat dipahami sebagai suatu mekanisme pengalihan risiko, di mana individu atau entitas bersedia menanggung kerugian kecil yang pasti (dalam bentuk

premi) sebagai substitusi terhadap potensi kerugian besar yang sifatnya tidak pasti di masa mendatang (Soemitra, 2019).

Asuransi sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pertanggungan, merupakan institusi modern yang berasal dari dunia Barat dan berkembang seiring dengan munculnya era pencerahan. Bersama dengan lembaga perbankan, asuransi telah menjadi salah satu penggerak utama roda perekonomian modern dan terus berperan penting hingga masa kini. Sistem operasional asuransi konvensional berlandaskan pada prinsip kapitalisme, yang secara umum menitikberatkan pada pengumpulan modal untuk kepentingan individu atau kelompok tertentu. Dalam konteks ini, orientasi sosial dan pengembangan ekonomi secara menyeluruh cenderung diabaikan atau kurang mendapatkan perhatian. Sebaliknya, asuransi berbasis syariah (takaful) lebih menekankan pada prinsip-prinsip sosial dibandingkan dengan orientasi ekonomi atau keuntungan semata. Hal ini disebabkan oleh adanya nilai dasar tolong-menolong (ta'āwun) yang menjadi fondasi utama dalam praktik asuransi menurut ajaran Islam. Dalam pandangan Islam, pertanggungan dipahami sebagai suatu fenomena sosial yang dilandasi oleh solidaritas dan rasa kemanusiaan antarsesama. Konsep saling menanggung risiko dalam Islam dikenal dengan istilah *takāful*, yang secara etimologis berarti jaminan bersama. Menurut Moh. Ma'sum Billah, *takāful* diartikan sebagai suatu bentuk perlindungan kolektif yang disediakan oleh sekelompok masyarakat yang hidup dalam satu komunitas terhadap risiko atau musibah yang menimpa jiwa, harta benda, atau aset berharga lainnya (Ridlwan, 2016).

Sedangkan dalam ayat (An-Nahl ayat 97) :

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ اَوْ اُنْثٰى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۚ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ اَجْرَهُمْ بِاَحْسَنِ مَا كَانُوْا يَعْمَلُوْنَ

"Siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan, sedangkan dia seorang mukmin, sungguh, Kami pasti akan berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari pada apa yang selalu mereka kerjakan"

Surah An-Nahl ayat 97 menegaskan prinsip kesetaraan antara laki-laki dan perempuan di hadapan Allah, khususnya dalam konteks amal saleh dan keimanan. Dalam ayat tersebut, Allah menjanjikan kehidupan yang baik di dunia serta pahala yang lebih besar di akhirat bagi siapa pun yang beriman dan beramal saleh, tanpa membedakan jenis kelamin. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perspektif Islam, kualitas spiritual dan moral individu menjadi parameter utama dalam penilaian di sisi Allah, bukan karakteristik biologis seperti gender. Penafsiran terhadap ayat ini memberikan landasan teologis bahwa laki-laki dan perempuan memiliki peluang yang setara dalam mewujudkan potensi diri, menjalankan pengabdian kepada Tuhan, serta berkontribusi dalam pembangunan masyarakat. Tidak terdapat bentuk diskriminasi dalam memperoleh akses terhadap kehidupan yang bermartabat di dunia maupun kebahagiaan di akhirat. Lebih lanjut, ayat ini menjadi salah satu dasar penting dalam pengembangan wacana feminisme Islam. Gerakan feminisme Islam tidak bertujuan untuk menciptakan antagonisme gender atau menyaingi dominasi laki-laki, melainkan untuk mengafirmasi hak-hak perempuan yang telah diakui oleh ajaran Islam. Hak-hak tersebut mencakup partisipasi aktif dalam berbagai aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, politik, maupun budaya. Dengan demikian, feminisme Islam dapat dipahami sebagai upaya untuk mengartikulasikan

keadilan gender dalam kerangka nilai-nilai Islam yang otentik (Miranda Fazira, 2025).

Transportasi daring (online) merupakan bentuk layanan transportasi yang memanfaatkan teknologi aplikasi digital sebagai media pemesanan, dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan mobilitas mereka. Layanan ini juga mencakup pengguna dengan kebutuhan khusus, seperti penyandang disabilitas netra (tunanetra), yang membutuhkan aksesibilitas dalam sistem transportasi modern. Secara umum, transportasi dapat didefinisikan sebagai proses perpindahan individu atau barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya melalui sarana angkutan, baik yang digerakkan oleh tenaga manusia maupun tenaga mesin. Konsep dasar transportasi bertumpu pada adanya perjalanan (trip) yang berlangsung antara titik asal (origin) dan titik tujuan (destination), yang membentuk suatu pola mobilitas dalam ruang geografis tertentu (Riskyanto, 2019).

Transportasi online muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab maupun Uber. Bagi sebagian orang transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi online menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi online. Seiring dengan waktu,

kehadiran transportasi online ini menimbulkan kecemburuan sosial bagi transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya, baik ojek, taksi, bus dan lain sebagainya. Transportasi online dituding sebagai penyebab menurunnya pendapatan para pengemudi transportasi konvensional. Aksi protes, penolakan, penghadangan dan puncaknya adalah demo besar-besaran yang menolak kehadiran Gojek, Uber dan Grab dilakukan oleh para pengemudi transportasi konvensional. Salahkah dengan adanya aplikasi online di bidang transportasi ini? Tentu saja tidak, karena kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini (Aziah et al., 2018).

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong kemunculan berbagai layanan berbasis aplikasi, salah satunya adalah layanan transportasi daring seperti Gojek. Sebagai perusahaan teknologi yang menyediakan platform kerja fleksibel bagi para mitra pengemudi, Gojek memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan yang memadai kepada para mitranya, khususnya dalam aspek keselamatan kerja dan perlindungan jiwa. Salah satu bentuk perlindungan tersebut diwujudkan melalui kerja sama strategis dengan perusahaan asuransi, seperti PT Asuransi Allianz. PT Asuransi Allianz merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan asuransi terkemuka di Indonesia yang telah menjalin kemitraan dengan berbagai platform digital, termasuk Gojek. Melalui kemitraan ini, para mitra pengemudi Gojek memperoleh akses terhadap produk asuransi yang dirancang untuk memberikan perlindungan terhadap risiko-risiko kerja, seperti kecelakaan dan kematian. Namun demikian, efektivitas implementasi program asuransi ini

sangat bergantung pada tingkat pemahaman, penerimaan, dan kepercayaan mitra terhadap layanan yang ditawarkan.

Kota Banjarmasin, di mana Gojek telah menjadi salah satu alternatif transportasi yang cukup populer, persepsi para mitra terhadap program asuransi tersebut menjadi aspek penting yang perlu dikaji secara mendalam. Faktor-faktor seperti pengetahuan terhadap asuransi, pengalaman pribadi, serta persepsi terhadap kredibilitas penyedia layanan asuransi akan memengaruhi tingkat rasa aman serta motivasi mitra dalam menjalankan profesinya. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi Mitra Gojek terhadap PT Asuransi Allianz di wilayah ini guna memberikan dasar bagi evaluasi dan peningkatan kualitas layanan perlindungan yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan mitra.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi mitra Gojek terhadap PT Asuransi Allianz di Kota Banjarmasin?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi mitra Gojek terhadap PT Asuransi Allianz?

C. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui rumusan masalah diatas maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menjelaskan bagaimana persepsi mitra Gojek terhadap program asuransi yang disediakan oleh PT Asuransi Allianz di Kota Banjarmasin?
2. Untuk menjelaskan apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi mitra Gojek terhadap PT Asuransi Allianz?

D. Signifikan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi substantif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan kajian asuransi. Studi ini berpotensi memperkaya khazanah literatur akademik terkait persepsi konsumen terhadap produk asuransi, terutama dalam konteks kemitraan strategis antara perusahaan teknologi transportasi, seperti Gojek, dan perusahaan asuransi, seperti Allianz. Lebih lanjut, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal bagi studi-studi selanjutnya yang bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam berbagai faktor yang memengaruhi minat dan tingkat kepercayaan mitra terhadap layanan asuransi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam perumusan strategi pemasaran dan penguatan hubungan kemitraan antara perusahaan penyedia layanan digital dan lembaga keuangan.

2. Secara Praktis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan empiris bagi PT Asuransi Allianz terkait persepsi mitra Gojek terhadap produk dan layanan asuransi yang ditawarkan di Kota Banjarmasin. Informasi tersebut dapat dijadikan sebagai dasar evaluatif dalam merumuskan strategi pemasaran, edukasi, serta peningkatan kualitas layanan secara lebih efektif, sehingga produk asuransi yang disediakan dapat diterima dan dipercaya oleh para mitra secara lebih optimal. Selain itu, pihak Gojek juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memperkuat kemitraan strategis dengan perusahaan asuransi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan mitra pengemudi melalui penyediaan program perlindungan yang relevan, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan aktual di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi praktis dalam mendukung perumusan kebijakan layanan yang lebih inklusif dan berorientasi pada peningkatan kualitas hubungan kemitraan.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan pahaman dalam memahami Skripsi yang berjudul "Persepsi Mitra Gojek Pada PT Asuransi Allianz Kota Banjarmasin" maka penulis perlu menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai respons atau tanggapan individu yang merupakan hasil dari proses kesadaran terhadap berbagai stimulus yang

terdapat di lingkungannya, yang diperoleh melalui pengolahan data sensorik oleh alat indera. Dengan kata lain, persepsi merupakan hasil interpretasi individu terhadap informasi yang diterima dari lingkungannya melalui sistem inderawi. Istilah "persepsi" sering kali dikaitkan dengan beberapa konsep lain, seperti persepsi diri (self-perception), persepsi sosial (social perception), dan persepsi terhadap objek atau fenomena tertentu. Dalam kajian sosiologi dan psikologi sosial, Tagiuri mengemukakan konsep la connaissance d'autrui, yang secara harfiah berarti "mengenal orang lain", sebagai bagian dari upaya memahami bagaimana individu membentuk persepsi terhadap sesama manusia dalam konteks interaksi sosial (Desi, 2017).

2. Mitra Gojek

Gojek merupakan inovasi digital karya anak bangsa yang pada awal kemunculannya didesain sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan mobilitas masyarakat, khususnya di tengah kondisi lalu lintas perkotaan yang padat dan kompleks. Gagasan utama di balik pendiriannya adalah menyediakan layanan yang mudah diakses, aman, nyaman, dan transparan dalam hal tarif, sekaligus memberikan kemudahan bagi mitra pengemudi dalam memperoleh pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Seiring berjalannya waktu, model layanan yang ditawarkan Gojek mendapatkan respons positif dari masyarakat dan para mitra, meskipun pada tahap awal penggunaannya masih terbatas jika dibandingkan dengan skala adopsi saat ini.

Pada fase awal operasionalnya, Gojek menawarkan layanan inti yang meliputi transportasi, pengantaran barang (kurir), serta layanan pembelian barang kebutuhan sehari-hari. Popularitas dan keberlanjutan layanan ini mencerminkan efektivitas strategi platform dalam menjawab kebutuhan mobilitas dan logistik masyarakat urban secara efisien dan adaptif (Sukma, 2020).

3. Asuransi

Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, di mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan. Atau, tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti; atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan." Sedangkan, ruang lingkup Usaha Asuransi, yaitu usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberi perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang ((Sula, 2004).

4. PT Asuransi Allianz

PT Asuransi Allianz merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi, yang menyediakan layanan perlindungan terhadap risiko

dengan dua sistem operasional, yaitu sistem konvensional berbasis bunga dan sistem syariah yang tidak menggunakan bunga, melainkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Keberadaan Allianz memiliki peran yang signifikan, baik bagi masyarakat Muslim maupun non-Muslim, dalam upaya mitigasi risiko atas berbagai ketidakpastian di masa depan.

Allianz memulai operasionalnya di Kota Banjarmasin pada bulan Maret 2003, dengan kantor pertama yang berlokasi di Jalan A. Yani Kilometer 2. Kemudian, pada tahun 2006, perusahaan ini melakukan relokasi ke kantor baru yang terletak di Jalan Jenderal A. Yani Kilometer 5,7 Nomor 7, RT 09 RW 57, Banjarmasin. Relokasi ini mencerminkan upaya penguatan eksistensi dan jangkauan layanan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap produk asuransi yang sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai yang dianut oleh nasabah (Raihanah, 2010).

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini memiliki 5 bab sebagai bagian dari penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bab I, berisi pendahuluan yang didalamnya terdapat latar belakang masalah penelitian yaitu terkait judul "Persepsi Mitra Gojek Pada PT Asuransi Allianz Kota Banjarmasin". Setelah itu dilanjutkan membuat rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Hingga akan didapatkan signifikansi penelitian, definisi operasional, sistematika penulisan.

2. Bab II, berisi tentang kajian teori yang berhubungan dengan “Persepsi Mitra Gojek Pada PT Asuransi Allianz Kota Banjarmasin”. Selain itu, terdapat kajian penelitian terdahulu sebagai alat dalam mempermudah pemahaman dalam memahami penelitan ini.
3. Bab III, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan tahapan penelitian “Persepsi Mitra Gojek Pada PT Asuransi Allianz Kota Banjarmasin”.
4. Bab IV, berisi hasil dan pembahasan penelitian data mengenai “Persepsi Mitra Gojek Pada PT Asuransi Allianz Kota Banjarmasin”.
5. Bab V, berisi penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran-saran terkait hasil penelitian. Kesimpulan tersebut berisi ringkasan atau kesimpulan hasil penelitan dan saran tersebut memberikan saran-saran kepada pemerintah maupun pihak lainnya.