

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat hal tersebut dibuktikan dengan berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah yaitu salah satu proses dalam rangka mengukuhkan sistem ekonomi Islam, baik dalam skala mikro maupun makro. Sebagaimana diketahui bahwa asuransi syariah merupakan lembaga keuangan yang notabahnya adalah lembaga keuangan bukan bank, sehingga dalam hal ini tidak bersentuhan langsung dengan perputaran ekonomi negara seperti halnya lembaga keuangan bank lainnya. Sehingga peran asuransi syariah lebih mampu merangkul masyarakat serta memberikan kontribusi terhadap masyarakat (Mulyana, 2013).

Asuransi sangat berperan penting dalam kehidupan sekarang dimana asuransi ialah jaminan/perlindungan karena tidak ada satupun manusia yang dapat mengetahui kondisi kesehatan mereka masing-masing ke depannya. Kita tidak bisa selalu memiliki penghasilan tetap pasti ada masanya memiliki penurunan dan kenaikan. Dengan memiliki asuransi sama saja memberikan proteksi masa depan untuk diri sendiri dan keluarga, artinya jika sewaktu-waktu terjadi resiko maka pihak asuransi yang akan membiayai terjadinya resiko tersebut.

Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung risiko. Risiko juga ialah merupakan

kemungkinan terjadinya suatu kerugian yang tidak diduga atau tidak diingankan. Jadi, adapun usaha atau upaya manusia untuk menghindari hal-hal tersebut ialah kita perlu menggunakan institusi yang bernama asuransi. Dimana asuransi ini bisa memberikan perlindungan kepada nasabah apabila suatu saat terjadi risiko atau suatu peristiwa (Syahatah, 2016:1)

Namun banyak yang menganggap bahwa asuransi syariah belum sepenuhnya mampu memaksimalkan potensinya karena masyarakat yang tidak begitu mengenal tentang asuransi dan menganggap asuransi sebagai beban pengeluaran bukan pemasukan. Kurangnya pemasukan mengenai asuransi menjadi kendala tersendiri didalam perusahaan, hal ini menyebabkan keinginan masyarakat untuk membeli produk asuransi sangat rendah. (Kasmir, 2018:278).

Pengertian asuransi dituangkan dalam UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian: asuransi adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikat diri 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 memberikan suatu pembayaran yang di dasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (Mughtar, dkk, 2016).

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) (Fatwa Dewan Syariah Nasional, 2001: No 21) dalam fatwanya tentang pedoman umum asuransi syariah, memberi definisi tentang asuransi. Menurutnya,

asuransi syariah (*ta'amin, takaful, tadhmun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarr'u* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.

Produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan merupakan salah satu bentuk asuransi Syariah terlahir karena kebutuhan masyarakat Islam yang menginginkan keadilan dalam ekonomi sesuai dengan prinsip syariah dan persaingan yang sangat besar antar perusahaan asuransi. Adapun jumlah nasabah Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan yang diketahui dari Bagian Customer Banking dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa BSI KCP Medan Belawan
Periode 2018-2022

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	22
2	2017	31
3	2018	54
4	2019	60
5	2020	74
6	2021	109
7	2022	190
Jumlah Nasabah		487

Sumber: BSI KCP Medan Belawan (2023)

Jumlah nasabah Asuransi Jiwa di BSI KCP Medan Belawan pada tahun 2016 berjumlah 22 nasabah, pada tahun 2017 berjumlah 31 nasabah, pada tahun 2018 berjumlah 54 nasabah, pada tahun 2019 berjumlah 60 nasabah,

pada tahun 2020 berjumlah 74 nasabah, pada tahun 2021 berjumlah 109 nasabah dan pada tahun 2022 berjumlah 190 nasabah.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa nasabah dapat diketahui bahwa keputusan nasabah memilih Asuransi Jiwa di BSI KCP Medan Belawan belum sepenuhnya loyal, dikarenakan sebagian masyarakat belum mengetahui pentingnya asuransi dalam kehidupan mereka bahkan beberapa masyarakat lebih memilih investasi dari pada asuransi dikarenakan mereka berfikir bahwa investasi lebih menguntungkan dari pada asuransi. Faktor ekonomi juga sangat berpengaruh karena tidak setiap tahunnya, dimana kemampuan daya beli produk pada asuransi tersebut mengalami penurunan. Selain itu, masih awamnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi jiwa syariah dimana mereka berfikir bahwa hidup dan mati sudah ada yang mengatur jadi tidak perlu adanya jaminan dalam kehidupan mereka.

Didalam berasuransi keputusan memilih sangat dibutuhkan dimana minat bisa diartikan sebagai suatu kecenderungan yang berhubungan dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap suatu hal yang dianggapnya berharga atau sesuai dengan kebutuhan dan memberikan kepuasan tersendiri. Rifai (2017: 4) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan memilih dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang bersumber dari dalam diri individu seperti pengalaman dan kepribadian yang berasal dari luar yaitu mencakup lingkungan keluarga dan sekitar.

Untuk menarik calon nasabah perusahaan harus lebih cerdas dalam merancang strategi pasar (Mapuna, 2019: 12). Ada beberapa faktor yang

mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah yaitu promosi, produk dan harga.

Promosi dalam asuransi yaitu sebagai suatu media bagi perusahaan untuk menginformasikan atau menarik perhatian konsumen untuk membeli/memilih barang atau jasa. Karena dengan adanya promosi tentu menjadi sumber informasi yang dapat membantunasabah untuk mengetahui lebih dalam mengenai apa saja yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah. Tentunya dengan adanya promosi ini, dapat menarik minat nasabah dalam berasuransi syariah (Ikram, 2017: 8).

Selain promosi, harga juga sangat mempengaruhi minat dimana harga ialah eskpresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya. Harga dalam sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Dengan adanya harga dapat mempengaruhi posisi persaingan bagian dari saham pasar perusahaan. Karena, semakin terjangkau harga yang ditawarkan perusahaan, tentu akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam berasuransi syariah (Gunara, Sudibyoy, 2016: 44).

Produk ialah sebuah benda atau sebetuk pelayanan yangditawarkan guna memenuhi kebutuhan sekaligus memberikan keputusan pada konsumen. Karena dengan adanya produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan kualitas yang baik tentunya akan menarik minat nasabah maupun calon nasabah untuk membeliproduk tersebut maupun untuk menjadi nasabah tetap

dalam produk tersebut. Karena, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan suatu perusahaan, tentu akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam berasuransi syariah (Wijayanti, 2014: 5).

Pada penelitian Jalaluddin Tahun 2018 “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh Dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah” dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel produk signifikan mempengaruhi masyarakat sedangkan harga, lokasi, promosi tidak signifikan berpengaruh dalam keputusan pemilihan Asuransi Jiwa Syariah di Banda Aceh.

Pada penelitian Ismanto Tahun 2016 “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Pekalongan” dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa religiusitas nasabah menjadi faktor dalam memutuskan pembelian produk asuransi syariah. Pengaruhnya semakin besar dengan adanya bauran pemasaran sebagai variabel moderator.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya peneliti ingin mengkaji lebih dalam lagi mengenai “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Promosi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sebagai suatu media bagi perusahaan untuk menginformasikan atau menarik perhatian konsumen untuk keputusan nasabah memilih asuransi jiwa belum terlaksana secara maksimal.
2. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan kualitas yang baik ternyata belum dapat menarik minat untuk keputusan nasabah memilih asuransi jiwa.
3. Penetapan harga berdasarkan kemampuan daya beli masyarakat dalam asuransi belum mendukung pemilihan produk asuransi jiwa di perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan?
4. Apakah promosi, produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, produk dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Penelitian ini dapat menambah masukan bagi perusahaan khususnya menyangkut permasalahan mengenai pengaruh promosi, produk dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

Adapun tujuan dan manfaat penelitian bagi peneliti selanjutnya adalah penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam menambah wawasan serta menjadi sumber referensi khususnya bagi Mahasiswa Manajemen Pemasaran

3. Bagi peneliti

Penelitian dilakukan bertujuan untuk menambah wawasan dan menambah nilai terhadap studi yang dilakukan di lapangan terhadap peneliti sehubungan dengan bidang pemasaran mengenai pengaruh promosi, produk dan harga terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.