

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Asuransi syariah merupakan salah satu instrumen lembaga keuangan yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan syari'at Islam. Sehingga akad-akad yang digunakan dan mekanisme pengelolaan dana harus berdasarkan syari'at Islam. Kebutuhan terhadap jasa asuransi syariah semakin dirasakan baik oleh perorangan maupun perusahaan terutama bagi masyarakat Islam. Karena asuransi syariah merupakan lembaga perlindungan terhadap berbagai resiko dalam kehidupan masyarakat seperti kematian dan kecelakaan. Selain itu, perusahaan sebagai badan usaha juga membutuhkan asuransi syariah untuk mengatasi berbagai masalah dalam aktivitas bisnis.

Asuransi syariah sebagai lembaga bisnis yang berorientasi untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal menjadikan asuransi syariah lebih dituntut untuk lebih aktif, kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk-produknya. Sehingga masyarakat akan tertarik untuk menjalin kerjasama dengan pihak asuransi syariah. Dengan demikian, peluang asuransi syariah untuk memperoleh keuntungan semakin besar. Asuransi syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang berbasis syari'ah berperan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Hal ini sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yaitu fatwa DSN-MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an pada surah Al-Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

العِقَابِ (٢)

Artinya : *"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".¹*

Ayat ini memuat perintah (*amr*) tolong menolong antara sesama manusia. Dalam bisnis asuransi, nilai ini terlihat dalam praktik kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru*).²

Sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, bahwa kegiatan operasional utama asuransi syariah adalah memberikan jasa perlindungan dari berbagai resiko yang dihadapi oleh perusahaan maupun perorangan dengan prinsip saling tolong-menolong. Karena kegiatan utama asuransi syariah adalah sebagai pemberi jasa perlindungan kepada masyarakat. Di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam mempunyai potensi yang luar biasa sebagai tempat berkembangnya kegiatan ekonomi

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Edisi Terkini,) Jakarta : CV. Karya Insan Indonesia

² Hasyim Ali, *Pengantar Asuransi*, (Jakarta : BUMI AKSARA, 1993), hal. 106

berbasis syariah termasuk asuransi syariah melihat potensi yang besar tersebut saat ini bermunculah perusahaan asuransi baru berbasis syariah selain itu saat ini hampir semua perusahaan konvensional membentuk unit (link) asuransi yang berbasis syariah.

Asuransi syariah harus di bangun dengan fondasi dan prinsip dasar yang kuat serta kokoh. Dalam hal ini, prinsip dasar asuransi syariah ada sepuluh macam, yaitu: tauhid, keadilan, tolong-menolong, kerja sama, amanah, kerelaan, larangan riba, dan larangan gharar.³ Secara garis besar, akad yang membentuk asuransi syariah dibedakan menjadi dua, yaitu akad *tabarru'* dan akad *ta'awun* (tolong-menolong) yang terwujud dalam pembayaran premi seorang peserta asuransi dengan motivasi awal untuk saling membantu peserta asuransi yang lain jika terkena musibah atau bencana. Sedangkan akad *mudharabah* adalah suatu akad yang mempunyai nuansa bisnis dan berorientasi untuk usaha mencari keuntungan *profit*. Imana peserta asuransi berperan sebagai pemilik modal yang menyetorkan uang (premi) kepada perusahaan asuransi selaku *mudharib* (lembaga pengelolaan dana).⁴

Persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menempatkannya sebagai tujuan utama. Dengan demikian, diyakini bahwa kunci usaha untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan

³ Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Huku Islam*, (Jakarta purnada media, 2004), hal 125

⁴ *Ibid.*, hal. 187

kepada para pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan para konsumen atau pelanggan. Proses pemasaran dalam perusahaan asuransi syariah tidak hanya bertumpu pada penjualan terhadap produk-produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, tetapi lebih berorientasi pada penawaran keikutsertaan untuk saling menanggung (*takaful*) pada suatu peristiwa yang belum terjadi dalam jangka waktu tertentu sehingga uang yang di setor oleh pelanggan asuransi syariah merupakan dana *tabarru'* yang sengaja diniatkan untuk melindungi dia dan nasabah lainnya dalam menghadapi peristiwa asuransi.⁵

Terciptanya kepuasan nasabah dapat membeli manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari pelanggan yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Loyalitas merupakan sejauh mana nasabah menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk mempunyai komitmen pada produk tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan. Mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, ini disebabkan karena mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk. Konsep tentang loyalitas nasabah bukanlah sesuatu yang baru dalam dunia bisnis. Para pelaku bisnis telah lama menyadari banyak hal yang mempengaruhi

⁵*Ibid.*,hal. 167

keunggulan daya saing produk jasa yang mereka hancurkan di pasaran sehingga mampu menjadi *market leader*.

Produk dari Bumiputera Syariah sendiri terdiri beberapa macam, yaitu Mitra Maburr Plus, Mitra Iqra Plus, unit link syariah, AJSB Assalam, dan AJSB Assalam famili. Prinsip-prinsip syariah adalah tanggung jawab bersama, saling membantu dan bekerja sama, dan perlindungan bersama. Meskipun terdapat pelanggan yang loyal, namun juga terdapat pelanggan yang tidak loyal. Ketidak loyalan nasabah di tunjukkan jumlah nasabah yang berhenti meneruskan menggunakan jasa Asuransi Syariah sebelum waktunya. Mengingat saat ini muncul banyak asuransi syariah maupun konvensional yang menawarkan berbagai produk.

Tabel 1.1

Peningkatan Jumlah Nasabah Asuransi Tahun 2014-2016

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	1.800
2015	1.900
2016	2.025

Sumber: data nasabah asuransi syariah

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan asuransi syariah rata-rata setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dapat di lihat hasil tabel jumlah pelanggan asuransi syariah paling banyak terdapat di tahun 2016 dengan jumlah pelanggan sebanyak 2.025. Data ini diperoleh dari data jumlah nasabah

asuransi syariah Bumiputera Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah di asuransi syariah mengalami peningkatan.

Namun demikian, pada kenyataannya umat islam masih ragu apakah asuransi syariah benar-benar menerapkan prinsip syariah atau hanya sekedar ganti nama. Perusahaan asuransi syariah harus meyakinkan dan membuktikan bahwa operasional perusahaan sudah sesuai dengan ketentuan syariah. Selain itu, menciptakan produk yang lebih unggul dibanding produk perusahaan yang lain merupakan hal yang penting. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah.

Setelah suatu perusahaan mampu meningkatkan kualitas dari produk yang dimiliki, barulah kegiatan pemasaran menjadi salah satu kegiatan operasional perusahaan yang penting guna meningkatkan *volume* penjualan yang akan meningkatkan kuantitas nasabah serta mengenalkan barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Suatu produk tidak akan dibeli bahkan tidak dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaan, keunggulan, di mana produk dapat diperoleh dan juga harga dari produk tersebut. Untuk itulah konsumen menjadi sasaran produk perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas dan lengkap.

Salah satu masalah utama pada asuransi adalah produk dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, dalam asuransi diuntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan

agar kepuasan pelanggannya meningkat. Asuransi perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada pelanggan, diperlukan kajian tentang dimensi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyaltitas pelanggan asuransi jiwa syariah tulungagung. Berdasarkan latar belakang masalah, maka dalam penelitian ini akan mengambil judul **“Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyaltitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah BUMIPUTERA 1912 Kantor Operasional Tulungagung”**.

B. Identifikasi Dan Pembatas Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian dan pembatasan masalah, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yakni mengenai produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah asuransi jiwa syariah.

1. Identifikasi Masalah

a. Produk

Dimana produk merupakan urat nadi perkembangan usaha asuransi yang menjadi indikator utama loyalitas pelanggan pada produk asuransi syariah dimana peranan produk sangat penting karena dengan menawarkan produk serta menjelaskan mekanisme yang ada serta menggunakan prinsip-prinsip syariah. Keputusan pembelian yang terdapat di AJB Bumiputera

pun juga tidak naik secara signifikan, ini karena promosi mengenai produk asuransi yang ditawarkan yang dilakukan oleh para agen yang kurang serta kurangnya pemahaman konsumen atau nasabah ini terhadap produk apa saja yang ada dan prinsip-prinsip apa yang digunakan oleh perusahaan.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian dengan persepsi para konsumen atas pelayanan yang kurang di mana jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah maka kualitas di persepsikan rendah akan mengalami penurunan akan loyalitas nasabah. Maka nasabah akan memilih perusahaan lain karena kualitas pelayanan yang kurang.

c. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan sejauh mana nasabah menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk mempunyai komitmen pada produk tertentu, dan berniat untuk terus membelinya di masa depan sejauh mana nasabah menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk mempunyai komitmen pada produk tertentu, dan berniat untuk terus membelinya. Dalam hal ini kurangnya kualitas pelayanan mengenai produk-produk yang ditawarkan dan kurangnya pemahaman atas produk di Bumiputera dalam hal ini jumlah nasabah akan berhenti meneruskan menggunakan jasa Asuransi Syariah sebelum waktunya.

2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi untuk menghindari tidak terkendalinya batasan masalah yang berlebihan pada penelitian. Peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Variabel bebas dalam penelitian ini hanya meliputi produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sedangkan pada variabel terikatnya (Y) adalah loyalitas nasabah asuransi jiwa syariah Bumiputera.

b. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari kuesioner (angket).

c. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang hanya membahas dua variabel yaitu produk dan kualitas pelayanan. Dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada loyalitas nasabah yang ada pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan tersebut, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara produk terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?

2. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh antara produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, dalam penulisan proposal skripsi memiliki tujuan antara lain :

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara produk terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?
3. Untuk menguji apakah ada pengaruh antara produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung?

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini mengetahui pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada

Perusahaan Asuransi Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi *literature* untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembacanya, serta, bisa memperluas hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan Asuransi Syariah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi :

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan yang lebih baik di masa akan datang. Terutama untuk memberikan masukan dan tambahan informasi serta menyampaikan saran yang mungkin bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Mengenai masalah yang di hadapi di bidang Asuransi Syariah.

3) Bagi Pihak Perusahaan Asuransi Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak Asuransi Syariah Dapat digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan asuransi syariah terutama pada produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman bagi manajer untuk mengambil keputusan di masa mendatang.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Masalah

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu adanya variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependennya yaitu loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan pada Asuransi Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

2. Keterbatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi untuk menghindari tidak terkendalinya batasan masalah yang berlebihan pada penelitian. Peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).
Variabel bebas dalam penelitian ini hanya meliputi Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sedangkan pada variabel terikatnya (Y) adalah

Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

2. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari kuesioner (angket).
3. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang hanya membahas dua variabel yaitu Produk dan Kualitas Pelayanan. Dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁶
- b. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁷
- c. Kualitas pelayanan adalah sebuah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari perusahaan dengan seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, serta kemampuan

⁶Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustak, 2007), Hal. 849

⁷Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hal 74

perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.⁸

- d. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk kesetiaan, ketaatan, kepatuhan.⁹

2. Definisi Operasional

- a. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan mengenalkan suatu penawaran kepada nasabah dan tertarik atas produk yang ditawarkan pada Asuransi Syariah dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Indikator dari produk yaitu, nama merk, pilihan gaya dan ukuran produk, jaminan-jaminan dan pengembalian barang, kualitas dan sifat-sifat barang.
- b. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan tingkat baik buruknya suatu program dalam perihal tata cara melayani nasabah pada Asuransi Syariah dan seberapa jauh kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Indikator dari kualitas pelayanan yaitu, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati, dan berwujud.

⁸Fandy Tjiptono, *pemasaran jasa*, (Malang: Banyu Media Publishing, 2011), hal. 346

⁹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitaskonsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hal.

- c. Loyalitas pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kesetiaan seorang pelanggan dari suatu Asuransi untuk terus melakukan transaksi di lembaga tersebut. Indikator dalam loyalitas nasabah yaitu, membeli antar produk, merekomendasikan kepada orang lain, pembelian ulang, dan menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

H. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah karya ilmiah adanya sistematika pembahasan merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan-urutan sistematis dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini dibagi dalam tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir, untuk lebih rincinya dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bagian awal yang berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama (Inti) yang merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab.

Bab I pendahuluan yang memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab ini didalamnya menyajikan beberapa unsur yang terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Penegasan Istilah dan Sistematika Skripsi.

Bab II Landasan Teori, dalam bab ini diuraikan teori dan konsep yang berisi pembahasan mengenai asuransi syariah, hakikat keputusan pembelian, variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, Kerangka Konseptual, Hipotesis Penelitian dan Penelitian Terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian serta Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian, dalam bab ini berisi tentang deskripsi data dan pengujian hipotesa.

Bab V Pembahasan Hasil Penelitian, dalam bab ini berisi pembahasan data dari hasil penelitian, presentase masing-masing variabel penelitian, serta analisis data.

Bab VI Penutup, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Bagian Akhir yang merupakan bagian akhir dalam skripsi yang memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup