

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia bisa disebut sebagai salah satu negara terbesar untuk pasar bisnis asuransi. Dengan jumlah penduduk sekitar 237,6 juta jiwa dan menempati peringkat ke-4 dengan penduduk terbanyak dunia di bawah China, Amerika Serikat dan India. Indonesia memiliki pangsa pasar yang potensial.¹ Perkembangan terhadap penggunaan jasa asuransi dari tahun ke tahun sudah menjadi perhatian khusus di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dengan merabaknya persaingan antar perusahaan jasa asuransi. Kegiatan pemasaran sebagai salah satu kegiatan operasional perusahaan merupakan hal penting untuk meningkatkan volume penjualan serta mengenalkan produk atau jasa yang akan di tawarkan kepada masyarakat.

Di Indonesia pertumbuhan asuransi syariah cukup pesat. Pada tahun 1994, berdiri Asuransi Takaful sebagai ujung tombak Asuransi Syariah di Indonesia. Setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan diperkuat dengan keluarnya UU No.2 Tahun 1992 tentang tata usaha perasuransian pasal (1) menyebutkan bahwa yang di maksud dengan asuransi atau pertanggungan adalah: perjanjian dua belah pihak atau lebih; di sini pihak penanggung mengikatkan diri tertanggung dengan menerima

¹ Badan Pusat Statistik, *www.bps.go.id* , diakses pada tanggal 28 Maret 2017, pukul 23:03 WIB.

premi angsuran untuk memberikan pergantian kepada tertanggung kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan; atau tanggung jawab hukum 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 hidup seseorang yang dipertanggungjawabkan.²

Sedangkan, ruang lingkup usaha asuransi, yaitu usaha jasa keuangan dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat yang memakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa ketika melakukan suatu usaha atau terhadap hidup seseorang atau meninggalnya seseorang.³ Dari penjelasan di atas dan dilihat dari realita yang ada bahwa asuransi sangat penting bagi seluruh masyarakat, karena asuransi menjamin kerugian yang dialami masyarakat, seperti kerugian usaha yang sedang dijalankan, asuransi jika terjadi kecelakaan maupun meninggal dunia. Asuransi melindungi pihak tertanggung jika hal-hal tersebut terjadi.

Perusahaan asuransi merupakan perusahaan nonbank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang. Perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin berkembang, hal ini

² Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1992 *tentang perasuransian*.

³ Syakir sula, *Asuransi syariah : konsep & sistem operasional*.(jakarta : gema insani.2004)hal.27

didukung oleh data dari Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menunjukkan jumlah perusahaan yang telah mengajukan rekomendasi asuransi syariah mencapai 28 perusahaan. Jumlah itu terdiri dari 11 (sebelas) industri asuransi syariah di bidang keluarga dan sisanya di bidang kerugian.⁴

Sebagai sebuah perusahaan asuransi, asuransi syariah pun menawarkan produk-produk perasuransianya. Contoh salah satu perusahaan asuransi AJB Bumiputera 1912 yang mengeluarkan produk jasa yaitu asuransi jiwa. Asuransi jiwa merupakan program asuransi yang memberikan proteksi terhadap resiko pada jiwa seseorang yang menjadi tertanggung. Manfaat proteksi jiwa ini adalah jaminan kepastian terhadap tertanggung dan keluarga dalam menghadapi berbagai resiko kehidupan. Ketika terjadi resiko, maka manfaat asuransi pasti akan tetap memberikan seluruh manfaat, baik dana pendidikan, dana pensiun maupun santunan meninggal dunia. Kepastian ini tertuang secara rinci di dalam polis yang memiliki kekuatan dan dasar hukum yang sah.

Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 atau lebih dikenal sebagai AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Di dirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M.Ng. Dwidjosewojo seorang Sekretaris Persatuan Guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Sekretaris Pengurus Besar Budi

⁴ Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 14.

Utomo.⁵ Gagasan pendirian perusahaan asuransi jiwa ini, terdorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru bumiputera (pribumi) di mana saat itu statusnya jauh di bawah guru-guru Belanda. Sehingga kesejahteraan para guru pribumi sangat kurang terjamin apalagi di masa tua atau pension mereka. Ia mencetuskan gagasannya pertama kali dalam kongres Budi Utomo tahun 1910. Kemudian baru terealisasi menjadi Badan Usaha sebagai salah satu keputusan kongres pertama PGHB di Magelang tanggal 12 Februari 1912.

Sejarah berdirinya Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 dimulai pada tahun 2002, diawali dengan memenangkan tender dari pemerintah untuk mencover Asuransi Perjalanan Haji wilayah Indonesia pada tahun 2003 (Ketua Konsorsium dengan kuota 85%). Salah satu alasan AJB Bumiputera 1912 terpilih adalah karena merupakan satusatunya perusahaan asuransi di mana kantor cabangnya tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia yang jumlahnya lebih dari 600 kantor cabang. Selain itu juga pengalamannya yang hampir seratus tahun di dunia perasuransian menjadikan perusahaan ini banyak mendapat kepercayaan dari masyarakat.

Pada tahun 2003 program asuransi yang khusus menangani jama'ah haji disebut Asuransi Perjalanan Haji dimana masa berlakunya adalah selama 40 hari dengan premi setiap orang sebesar Rp.150.000,00. Dari premi-premi tersebut terkumpul dana Rp.10,4 Milyar dari seluruh kantor

⁵ Data Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung

cabang di Indonesia. Program ini merupakan jaminan jika meninggal akibat kecelakaan (terinjak, terkena runtuh, terjepit, kecelakaan kendaraan dan sebagainya) maka ahli waris mendapat santunan sebesar Rp.44 juta. Sedangkan jika meninggal dunia biasa (karena sakit bawaan, darah tinggi) maka ahli waris mendapat santunan sebesar Rp 27 juta.

Mulai tahun 2007 sampai sekarang melalui keputusan pemerintah melalui Menteri Agama Asuransi Perjalanan Ibadah Haji tidak hanya dilakukan Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912, tetapi juga perusahaan asuransi (syari'ah) lainnya. Pengalaman dan kepercayaan terhadap Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 selain dipercaya mencakup Asuransi Perjalanan Haji juga mencakup seluruh debitur Bank Syari'ah Mandiri. Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung mulai berdiri pada bulan Februari tahun 2009 dan merupakan cabang pembantu dari Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Kediri. Dewan Pengawas Syari'ah Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 diketuai oleh DR. Hc. KH. Sahal Mahfudh dengan anggota Prof. DR. H. Ahmad Sukarja, SH.,MA dan Drs. H. Fattah Wibisono,MA.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman No.76C Tulungagung dengan Nomor Telepon (0355) 331672. Berada di pusat kota Tulungagung tepatnya pada jalur kabupaten yang menghubungkan antara Tulungagung

dan Kediri, tepatnya barat jalan di depan suku cadang Suzuki Tulungagung. Serta letaknya yang strategis menjadikannya mudah dijangkau dari segala arah manapun. Letak kantornya sementara masih berada satu gedung dengan kantor AJB Bumiputera 1912 Tulungagung.

Perkembangan yang terjadi di bidang asuransi juga sangat cepat, kita bisa melihat jumlah nasabah di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung yang sudah mencapai 3600 nasabah.⁶⁶ Hal ini yang menjadi alasan penulis mengapa melakukan penelitian di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung. Penulis melakukan penelitian di Asuransi Bumiputera Syariah karena Asuransi Bumiputera Syariah merupakan salah satu perusahaan di Tulungagung yang berlandaskan syariah Islam dan juga sudah memiliki banyak nasabah dari semua golongan masyarakat. Penulis juga ingin mengetahui mengapa nasabah memutuskan menjadi anggota nasabah di Asuransi Bumiputera Syariah serta tetap bertahan sedangkan sudah banyak perusahaan asuransi yang berdiri dan menawarkan produk yang lebih beragam.

Berdasarkan jumlah nasabah yang sudah mencapai 3600 jelas terlihat bahwa pada saat ini terdapat cukup banyak konsumen yang telah menjadi nasabah asuransi khususnya asuransi jiwa. Alasan mengapa seseorang membeli produk tertentu merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk merancang produk jasa agar sesuai dengan keinginan

⁶⁶ Data Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung

konsumen. Hal ini dikarenakan persaingan antar perusahaan yang menjual produk sejenis semakin kompetitif. Perusahaan harus meningkatkan kepekaannya terhadap perubahan lingkungan seperti keadaan perekonomian yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain dari sisi konsumen, faktor internal perusahaanpun juga sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Seperti faktor manajemen perusahaan, pembuatan produk dan strategi pemasaran.

Kajian pada penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung. Minat masyarakat dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di asuransi syariah tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor. Ada beberapa yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memutuskan memilih produk jasa asuransi diantaranya tingkat keuntungan (*profit sharing*), perhitungan bisnis, jumlah tanggungan, persepsi masyarakat terhadap asuransi, tingkat pendapatan, reputasi perusahaan, persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran. Tetapi dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan faktor persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran sebagai objek penelitian.

Produk adalah suatu barang atau jasa yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan konsumen.

Persepsi kualitas produk adalah evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Persepsi kualitas produk sangat penting bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan atas produk–produk mereka demi meningkatkan penjualan. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja, yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan pelanggan.⁷ Pada penelitian yang dilakukan oleh Kartini, menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan tamu hotel menggunakan jasa Namira Hotel Syariah.⁸ Jika pada Namira Hotel Syariah, keputusan konsumen tidak dipengaruhi oleh persepsi produk, pada Asuransi Syariah AJB Bumiputra belum diketahui apakah persepsi produk juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk jasa asuransi atau tidak mempunyai pengaruh.

Pengertian premi dalam asuransi atau pertanggungan adalah kewajiban tertanggung, di mana hasil dari kewajiban tertanggung akan digunakan oleh penanggung untuk mengganti kerugian yang diderita tertanggung. Premi biasanya ditentukan dalam suatu presentase dari jumlah pertanggungan, di mana dalam presentase menggambarkan penilaian penanggung terhadap resiko yang ditanggungnya, penilaian penanggung berbeda-beda, akan tetapi hal ini dipengaruhi oleh hukum

⁷ John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen (Jilid 1), Edisi Kelima*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 90.

⁸ Fitri Kartini, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta: Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), h. 94.

permintaan dan penawaran.⁹ Pada penelitian yang dilakukan oleh Septin, menunjukkan bahwa variabel besaran premi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil keputusan, nasabah lebih tertarik dengan asuransi syariah karena premi yang dibayarkan lebih ringan dibandingkan asuransi konvensional, karena hanya membayarkan iuran dana sosial saja.¹⁰ Jika pada asuransi syariah, keputusan konsumen dipengaruhi oleh besaran premi, pada Asuransi Syariah AJB Bumiputra belum diketahui apakah besaran premi juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk jasa asuransi atau tidak mempunyai pengaruh.

Strategi pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa kepada konsumen. Pemasaran sebagai salah satu ujung tombak penentu keberhasilan bisnis harus melengkapi dirinya dengan rencana pemasaran strategis yang sistematis dan akurat. Perusahaan harus mampu memenuhi keinginan konsumen pasar sasarannya untuk membeli produk/jasanya sebagai usaha meningkatkan labanya.¹¹ Pada penelitian yang dilakukan oleh Afdillah, menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian produk perumahan di perumahan surya

⁹ Pangaribuan Simanjuntak, *Hukum Pertanggung*, (Yogyakarta: Seksi Hukum Dagang Fakultas Hukum UGM, 1990), h. 41.

¹⁰ Septin Nur Wulandari, *Pengaruh Besaran Premi, Resiko, Klaim dan Akad Pada Asuransi Terhadap Minat Calon Nasabah Asuransi: Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), h. 47.

¹¹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2000), h. 7.

mandiri teropong PT. EFA Artha Utama, konsumen lebih tertarik dengan perumahan surya mandiri karena strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. EFA Artha Utama lebih menarik konsumen dan mendapatkan respon yang baik dari konsumen.¹² Jika pada PT. EFA Artha Utama, keputusan konsumen di pengaruhi oleh besaran strategi pemasaran, pada Asuransi Syariah AJB Bumiputra belum diketahui apakah strategi pemasaran juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk jasa asuransi atau tidak mempunyai pengaruh.

Perlu diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa asuransi syariah karena belum pernah dilakukan penelitian terkait hal di atas dan penelitian ini juga sebagai analisis untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen atau nasabah dalam memilih atau memutuskan menggunakan suatu produk atau jasa. Apabila diketahui beberapa variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih suatu produk, maka dari variabel tersebut bisa dijadikan pertimbangan oleh suatu perusahaan sebagai evaluasi untuk mewujudkan tujuan perusahaanpun. Untuk itu sangat penting sekali mengetahui persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran dalam pembelian asuransi jiwa oleh nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Besaran

¹² Afdillah Firdaus, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan Surya Mandiri Teropong Riau: Skripsi*, (Riau: Universitas Riau, 2017) h. 10

Premi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung”.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Sebelum peneliti melakukan penelitian menentukan batasan masalah, peneliti harus melakukan identifikasi dan inventarisasi sebaik-baiknya kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah, sehingga diperoleh penjelasan tentang kemungkinan cangkupan yang dapat muncul dalam penelitian. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memutuskan memilih produk jasa asuransi diantaranya tingkat keuntungan (*profit sharing*), perhitungan bisnis, jumlah tanggungan, persepsi masyarakat terhadap asuransi, tingkat pendapatan, reputasi perusahaan, persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah peneliti sampaikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Persepsi kualitas termasuk dalam perilaku konsumen. Seorang konsumen dalam memilih suatu produk terkadang mempertimbangkan kualitas produk ataupun tidak melakukan pertimbangan sesuai persepsi mereka. Untuk itu, peneliti ingin melakukan penelitian terkait hal ini, apakah keputusan seorang

konsumen atau nasabah asuransi, selalu dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk atau tidak.

2. Besaran Premi

Dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah, seorang nasabah terkadang ada yang memperhitungkan besaran premi, ada pula yang tidak memperhitungkan besaran premi tersebut. Seorang yang tidak memperhitungkan besaran premi biasanya calon nasabah yang sudah pernah menjadi nasabah. Disini peneliti ingin meneliti nasabah dalam menentukan pilihan menjadi nasabah memperhitungkan besaran premi atau tidak.

3. Strategi pemasaran

Setiap pemasaran suatu produk pasti terdapat strategi pemasaran produk tersebut, agar produk tersebut diminati oleh konsumen dan konsumen tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Begitu pula di asuransi, setiap produk yang dikeluarkan pasti ada strategi dalam menarik nasabah. Disini peneliti akan meneliti nasabah dalam pengambilan keputusan tertarik oleh promosi sales atau tidak.

Dalam penelitian yang akan penulis kaji yaitu mengenai Pengaruh Persepsi kualitas produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Asuransi Syariah. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu dengan menetapkan tiga variabel

yang terdiri dari Persepsi kualitas produk, Besaran Premi dan Strategi Pemasaran. Sedangkan variabel dependen terdiri dari satu instrumen yaitu Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Asuransi Syariah. Peneliti membatasi objek yang diteliti yaitu nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung?
2. Apakah besaran premi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung?
4. Apakah persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini ingin memberikan informasi tentang :

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh besaran premi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh Strategi Pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.
4. Untuk menguji secara bersama-sama pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi khasanah ilmu pengetahuan yang terkait dengan Ekonomi Islam khususnya dan juga sebagai sarana penambah pengetahuan pada khususnya mengenai

pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan Strategi Pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademisi, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau pertimbangan dalam karya-karya ilmiah mengenai pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan Strategi Pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan turut menjadi kontribusi pemikiran terkait dengan keputusan nasabah memilih jasa asuransi syariah serta memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi, khususnya manajer keuangan di dalam merencanakan suatu strategi baru dan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara efektif dan efisien.
- c. Bagi Peneliti, sebagai analisa penelitian terkait pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan Strategi Pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa asuransi syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memberikan masukan kepada peneliti yang serupa atau sebagai bahan pembanding atau perluasan

dalam kaitannya dengan masalah penelitian pada kasus yang serupa.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Menurut W.J.S. Poewadarminta, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, defenisi 'pengaruh' adalah "Suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain."¹³

b. Persepsi Kualitas Produk

Persepsi kualitas produk adalah keadaan atau sifat suatu produk yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuatu nilai uang yang telah dikeluarkan.¹⁴ Menurut Kottler and Keller, kualitas produk adalah kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan.¹⁵ Dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah aspek-aspek atau ciri-ciri yang dimiliki oleh suatu produk yang mana aspek-aspek tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen untuk menyenangi atau sebaliknya membenci produk tersebut.

¹³ W.J.S. Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka, 1996), h.664

¹⁴ Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Mutu Terpadu*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004, h. 6.

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, (Jakarta: Gramedia, 2006), h. 245

c. Besaran Premi

Besaran premi merupakan kewajiban tertanggung, dimana hasil dari kewajiban tertanggung akan digunakan oleh penanggung untuk mengganti kerugian yang di derita tertanggung. Premi biasanya ditentukan dalam suatu persentase dari jumlah pertanggungan, dimana dalam persentase menggambarkan penilaian penanggungan terhadap resiko yang di tanggungnya, penilaian penanggungan berbeda-beda, akan tetapi hal ini di pengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran.¹⁶

d. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa kepada konsumen..¹⁷

e. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan

¹⁶ Pangariban Simanjuntak, *Hukum Pertanggungan*, (Yogyakarta: Seksi Hukum Dagang Fakultas Hukum UGM, 1990), h. 41.

¹⁷ *Ibid.*, William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1..*, h. 7.

evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan.¹⁸

f. Jasa

Jasa menurut kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik.¹⁹

g. Asuransi syariah

Asuransi adalah jaminan atau pertanggungan yang diberikan oleh penanggung (biasanya kantor asuransi) kepada tertanggung untuk risiko kerugian sebagai yang ditetapkan oleh surat perjanjianjian (polis) bila terjadi kebakaran, kecurian, kerusakan, dan sebagainya ataupun mengenai kehilangan jiwa (kematian) atau kecelakaan lainnya. Dengan yang tertanggung membayar premi sebanyak yang ditentukan kepada penanggung tiap-tiap bulan.²⁰

h. AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Tulungagung

Asuransi Jiwa Bersama AJB Bumiputera 1912 atau lebih dikenal sebagai AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Di dirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah

¹⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2.

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005) h. 486

²⁰ Khutbuddin Aibak, *Fiqh Kontemporer Edisi Revisi* (Surabaya :Etikaf.2009), h. 195

atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M.Ng. Dwidjosewojo seorang Sekretaris Persatuan Guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Sekretaris Pengurus Besar Budi Utomo.²¹

2. Secara Operasional

Secara operasional yang sebagaimana dimaksud diatas maka secara operasionalnya kajian dalam judul ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran nasabah dalam mengambil keputusan dalam memilih asuransi jiwa (AJB) Bumi Putra 1912 Kantor Operasional Tulungagung. Peneliti yang berfokus dalam persepsi kualitas produk, besaran premi dan strategi pemasaran maka akan mempermudah manajemen dalam mendapat informasi yang tepat.

G. Sitematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini yaitu:

BAB I Pendahuluan. Bab ini menjelaskan beberapa unsur yaitu: Latar belakang masalah; Identifikasi masalah; Rumusan masalah; Tujuan penelitian; Kegunaan penelitian; Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian; Penegasan istilah; Sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori. Bagian ini akan menguraikan tentang : Teori yang membahas variable/ sub variabel pertama; Kerangka teori yang membahas variable/sub variable kedua; Dan seterusnya jika ada; Kajian

²¹ Data Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung

penelitian terdahulu; Kerangka konseptual; dan hipotesis penelitian jika ada.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini akan membahas mengenai; Pendekatan penelitian dan jenis penelitian; populasi, sampling dan sampel penelitian; Sumber data, variable dan skala pengukurannya; Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta; Analisis data.

BAB IV Hasil. Hasil penelitian ini terdapat dua bagian yaitu hasil penelitianantara lain; Deskripsi data; pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan. pembahasan isi pembahasan lebih diorientasikan untuk menjawab hasil penelitian dan menunjukkan bagaimana tujuan penelitian telah dicapai.

BAB VI Penutup. Bab ini berisi tentang dua hal pokok yaitu : simpulan dari pembahasan yang dilakukan sebagai jawaban atas rumusan masalah sehingga dapat diketahui inti dari penelitian yang dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya dan bagi pihak perusahaan.