

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini mulai banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang di mana ada dua lembaga keuangan yang kita kenal yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang mulai bermunculan apalagi dengan nama-nama atau dengan logo tertentu membuat masyarakat bingung memilih mana lembaga keuangan yang baik dan dapat dipercaya untuk menitipkan atau mengelola keuangan mereka.

Asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang keberadaannya di butuhkan masyarakat untuk mengurangi resiko sehingga beban yang di derita bisa berkurang. Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan rumah tangga dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian dan dalam menghadapi atas dasar benda yang di miliki. Dalam dunia usaha asuransi juga sangat penting untuk menghadapi resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada

pihak bertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang di hadapi perusahaan.¹

¹ Eva Sri Wulandari, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah*, (Tulungagung: IAIN, 2015) hal. 3 - 4

Secara umum, asuransi dapat didefinisikan suatu persetujuan yang di dalamnya memuat kesepakatan bahwa penanggung yang mendapatkan premi telah menjanjikan kepada tertanggung untuk mengganti kerugian atas sesuatu yang di pertanggung jawabkan karena suatu sebab tertentu yang tidak sengaja, misalnya kebakaran, kehilangan, kesusutan, kerusakan, hilangnya kesempatan untuk memperoleh pendapatan, dan sebagainya.²

Perkembangan perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah pemerintah mengeluarkan deregulasi pada tahun 1980an dan dapat diperkuat dengan keluarnya UU No. 2 Tahun 1992 tentang tata usaha perasuransian pasal (1) yang menyebutkan bahwa yang dimasud dengan asuransi atas pertanggungan adalah:

Perjanjian dua belah pihak atau lebih; di sini pihak penanggung mengingatkan diri tertanggung dengan menerima 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 meninggalnya atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.³

Selama ini asuransi yang berkembang di Indonesia merupakan asuransi konvensional yang dianggap tidak sesuai dengan syariat Islam. Terjadinya peristiwa dalam masyarakat kita dimana seorang nasabah mengalami kerugian akibat penipuan yang dilakukan oleh seorang agen asuransi konvensional yaitu angsuran premi yang dititipkan tidak disetor ke perusahaan asuransi serta kurang

² Kasidi, *Manajemen Risiko*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 97

³UU RI No.2 tahun 1992 *Tentang Persuransian*

jelasan informasi yang di sampaikan agen tentang produk yang ditawarkan bahwa angsuran premi yang telah dibayar akan hilang ketika mengundurkan diri sebelum masa kontrak habis, keadaan ini disebabkan karena kurangnya pendidikan akhlak pada agen sehingga mengakibatkan sebagian masyarakat enggan mengikuti program asuransi karena khawatir apa yang terjadi pada nasabah sebelumnya akan terjadi pada dirinya. Selain berdasarkan pengalaman tersebut keengganan nasabah dengan alasan asuransi dilarang dalam Islam karena mengandung unsur perjudian yang menjadikan kematian seseorang yang pada dasarnya hanya berada di tangan Alloh SWT sebagai objek pada asuransi jiwa, hal ini terkesan mendahului taqdir Alloh SWT.

Setelah didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) para ulama' dan praktisi ekonomi syariah berupaya mendirikan asuransi berbasis syariah yang merupakan solusi atas keberadaan asuransi konvensional yang dianggap bertentangan dengan syariat Islam karena mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *maisir* (perjudian) dan *riba* serta hanya berorientasi pada keuntungan semata. Dalam asuransi syariah yang didirikan ini operasionalnya tidak mengandung unsur *maisir*, *gharar*, dan *riba* sehingga sejalan dengan syariat Islam yang di dalamnya mengandung unsur tolong-menolong antar sesama muslim. Hal ini bertujuan agar masyarakat Islam dapat percaya dan berasuransi dengan tanpa ada keraguan sehingga harapan untuk menjalankan ibadah dunia dan akhirat dapat tercapai, karena di dalam asuransi syariah tidak menjadikan kematian sebagai objek dalam asuransi jiwa melainkan suatu usaha

untuk berjaga-jaga apabila musibah terjadi pada dirinya atau untuk membantu sesama muslim yang mengalami musibah kematian.

Adapun yang dimaksud asuransi syariah menurut fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama' Indonesia (DSN-MUI) tentang pedoman umum asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.⁴

Asuransi syariah disebut juga asuransi *ta'awun* yang artinya tolong-menolong atau saling membantu oleh karena itu dapat dikatakan bahwa asuransi *ta'awun* prinsip dasarnya adalah dasar syariat Islam yang saling toleran terhadap sesama manusia untuk menjalin kebersamaan dalam meringankan bencana yang dialami peserta.

Meskipun di dalam Al-Quran tidak disebutkan secara langsung kebolehan berasuransi, namun asuransi di rasa dibutuhkan masyarakat dalam upaya ikhtiar terhadap kemungkinan yang akan terjadi di masa yang akan datang maka para ulama' berijtihad dan mengeluarkan fatwa adanya kebolehan berasuransi dalam Islam dengan berbagai pertimbangan *madharat* dan *mafsadatnya* serta dengan berbagai persyaratan. Berkaitan dengan *ikhtiar*, Allah SWT meminta manusia untuk hidup rapi penuh rencana dan strategi. Perencanaan yang baik bukan saja mencari nafkah dan menggapai ridha illahi tetapi juga dalam mengantisipasi

⁴Eva Sri Wulandari, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam ...*, Hal: 6

musibah dan kemalangan. Disinilah manusia mengupayakan selain menabung pinjaman berupa bersama-sama saling membantu dan saling menanggung. Dengan paradigma seperti ini berasuransi bukanlah suatu upaya melawan taqdir tetapi justru melakukan *ikhtiar* dan hidup penuh dengan rencana sesuai ajaran Allah SWT.

Seiring perkembangan lembaga perbankan Islam asuransi pun mulai berkembang. Dengan perkembangan yang cukup pesat dan terlihat adanya prospek yang bagus maka asuransi konvensional pun tertarik untuk membuka kantor cabang syariah yang keberadaannya diperkuat dengan adanya kepmen keu. RI NO.426/KMK.06/2003 tentang izin usaha perusahaan asuransi dan reasuransi. Meskipun sebagai cabang dari konvensional masyarakat Islam ternyata memiliki kepercayaan bahwa operasionalnya sesuai dengan syariat Islam karena tetap dalam pengawasan dewan syariah. Kepercayaan tersebut terlihat dengan adanya minat dari para masyarakat Islam untuk berasuransi di asuransi syariah yang merupakan cabang dari konvensional.

Salah satu contoh perusahaan asuransi adalah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung yang disitu salah satu produknya 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 yang direncanakan tanpa harus melanjutkan pembayaran preminya. Kepastian ini tertuang secara rinci didalam polis yang memiliki kekuatan dan dasar hukum yang sah.

Selain itu asuransi jiwa Bumiputera juga memiliki anak perusahaan yang mengeluarkan produk asuransi umum yaitu asuransi kendaraan bermotor, asuransi kebakaran dan asuransi kecelakaan diri. Namun dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada asuransi jiwa pada Asuransi Syariah Bumiputera, alasannya karena asuransi ini lebih banyak diminati oleh masyarakat.

Berikut ini adalah data perkembangan jumlah nasabah asuransi syariah di Asuransi Jiwa Bumiputera Tulungagung pada tahun 2014 sampai 2016.

Tabel 1.1

Bulan/Tahun	2014	2015	2016
Januari	68	60	8
Februari	53	57	11
Maret	87	49	7
April	42	26	9
Mei	48	32	12
Juni	44	35	18
Juli	22	19	10
Agustus	50	19	23
September	39	19	10
Oktober	41	16	24
November	60	27	20
Desember	35	18	24
Jumlah	589	377	176

Sumber: Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung

Meskipun asuransi jiwa syaria bumiputera sudah banyak diminati dan dikenal dikalangan masarakat. Proses sosialisasi kepada masarakat harus gencar dilakukan. Hal itu disebabkan masih banyak masarakat yang belum mengenal dan mengetahui produk-produk yang dikembangkan oleh asuransi syariah dan

sistem yang diterapkan didalamnya. dan juga mulai banyak lembaga-lembaga keuangan yang mulai bermunculan sebagai pesaing.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga asuransi perlu adanya strategi pemasaran, karena pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. karena dengan pemasaran yang baik maka akan banyak nasabah yang ingin mengikuti produk dari perusahaan asuransi tersebut. Salah satu keputusan pemasaran yang penting dalam strategi produk adalah keputusan tentang merek. Hal ini dikarenakan pada saat ini aspek pemasaran tidak hanya mengarah pada fungsi produk saja, tapi akan lebih fokus akan persaingan merek.⁵

Jika suatu merek tersebut mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaannya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi, maka konsumen akan semakin yakin akan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan pada merek, menyukai merek, serta menganggap merek tersebut sebagai bagian dari dirinya. Dengan demikian kesetiaan merek akan lebih mudah untuk di bentuk dan perusahaan akan memiliki nama merek yang memiliki kesetiaan konsumen yang kuat karena kepercayaan merek akan menentukan kesetiaan konsumen terhadap merek dan

⁵ Mohammad Rizan, *Pengaruh Brand Image Dan Brand trust Terhadap Brand Loyalty The*, vol 3 no. 1. 2012 hlm. 2

kepercayaan akan berpotensi menciptakan hubungan-hubungan yang bernilai tinggi.

Disamping itu mutu pelayanan memiliki hubungan erat dengan keputusan nasabah. Mutu pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya sehingga layanan yang pernah di alami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang di terima sekarang.⁶

Pelayanan nasabah diberikan oleh berbagai pihak yaitu customer service ataupun dari agen, tugas utamanya adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan cara menyakinkan para calon nasabah dengan baik. Dalam pelayanan kemampuan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata dengan keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan menanamkan kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu mutu dari sebuah pelayanan yang baik. Sehingga apabila sebuah lembaga mempunyai

⁶Asmirrizal Ahmad Rofiq, *Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan Nasabah*, (Tulungagung: IAIN, 2015), hal. 2 – 3

mutu pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi keputusan dari para nasabah itu sendiri dan akan memunculkan sifat kelayakan dari nasabah.

Kenyataannya pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, di samping akan mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabah terus meningkat.

Dalam lembaga keuangan syariah kepuasan nasabah adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha lembaga. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa lembaga keuangan syariah yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa lembaga keuangan syariah lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih lembaga keuangan mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.⁷

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **”Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Mutu Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam**

⁷ Abdul Warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, Skripsi S1, Semarang: IAIN WS, 2009.

Memilih Asuransi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah yaitu pengaruh citra merek, kepercayaan, dan mutu pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi jiwa syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah yang akan di sampaikan antara lain:

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransipada PT Asuransi jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung?
2. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh mutu pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung?
4. Apakah cira merek, kepercayaan dan mutu pelayanan sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh mutu pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah citra merek, kepercayaan dan kualitas layanan sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, peneliti bisa tahu dan dapat memberikan gambaran mengenai hal-hal apakah yang membuat nasabah dalam memutuskan

untuk berasuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra Tulungagung.

- b. Bagi perusahaan asuransi, perusahaan asuransi bisa tahu mengenai kelemahan dan kelebihan dari perusahaan sehingga bisa digunakan sebagai referensi perusahaan.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan gambaran pemahaman mengenai asuransi kususny dalam berasuransi syariah.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang lingkup & Batasan masalah ini adalah membahas mengenai pengaruh citra merek, kepercayaan dan mutu pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi pada asuransi jiwa syariah Bumiputera Tulungagung. Maksud nasabah di sini adalah nasabah asuransi perorangan yang memutuskan untuk ikut berasuransi di bumi putera cabang Tulungagung. Mengenai faktor-faktor yang diteliti hanya sebatas faktor dependen dan faktor independen.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Faktor independen antara lain:

- 1) Citra merek adalah merupakan serangkaian kepercayaan konsumen tentang merek tertentu sehingga asosiasi merek tersebut melekat di benak konsumen.⁸
- 2) Kepercayaan adalah keyakinan konsumen bahwa di satu produk ada atribut tertentu, keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang dan adanya pembelajaran serta pengalaman yang di dapat.⁹
- 3) Mutu pelayanan adalah ukuran atau kualitas baik buruk atau derajat dalam tindakan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah¹⁰

b. Nasabah adalah orang yang menjadi tanggungan asuransi.¹¹

- #### c. Asuransi menurut undang- undang nomor 2 tahun 1992 adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum

⁸<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html> dikutip 16 februari 2018 09.00

⁹Mirza Arief, *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek*, (Malang: Universitas Brawijaya) dalam <https://media.neliti.com/media/publications/87783-ID-pengaruh-kepercayaan-merek-dan-komitmen.pdf> di kutip 16 februari 2018 10.02

¹⁰Asmirrizal Ahmad Rofiq, *Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Tingkat kepuasan Nasabah...*, hal.8

¹¹<https://kbbi.web.id/nasabah> dikutip 16 - 02 – 2018 11:31

kepada pihak ke tiga yang mungkin di derita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.¹²

- d. Asuransi jiwa (takaful) adalah bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan terbebas dari rasa takut yang lebih menekankan pada adanya saling menanggung atau saling menjamin antara satu sama lain jika di antara mereka ada yang tertimpa musibah, baik musibah kematian, kecelakaan, sakit, kecurian, kebakaran, maupun kerugian-kerugian lainnya.¹³

2. Penegasan Operasional

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Mutu Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Cabang Tulungagung” peneliti bermaksud untuk menguji seberapa besar pengaruh X_1 (Citra Merek), X_2 (Kepercayaan), dan X_3 (Mutu Pelayanan), terhadap Y (Keputusan Nasabah Memilih Asuransi Syariah) di PT Bumiputera Tulungagung.

¹²Khoiril Anwar, *Asuransi Syariah, Halal & Maslahat*, (Solo: Tiga Serangkai, 2007), hlm 5-6

¹³*Ibid.*, hlm. 19

H. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka peneliti mengemukakan sistematika penyusunan skripsi sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman transliterasi dan halaman abstrak.

2. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab antara lain :

BAB I: PENDAHULUAN

Sebagaimana penelitian ilmiah pada umumnya, bab satu adalah pendahuluan yang mencakup, latar belakang masalah yang berisi tentang fenomena-fenomena yang terkait dengan judul penelitian. Kemudian rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan, manfaat penelitian, batasan, ruang lingkup peneliti dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Kerangka teori. Bab ini berisikan landasan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan menguraikan mengenai metode penelitian yang di dalamnya memuat pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang didalamnya memuat tentang hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian.

BAB V: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pembahasan hasil penelitian. Bab ini tentang penjelasan mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB VI: PENUTUP

Kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari penelitian. Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan serta saran-saran yang ditujukan pada penelitian serta bergabagi pihak yang berkepentingan terhadap obyek penelitian tersebut.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar riwayat hidup, daftar kepustakaan, dan daftar lampiran.